

EUROMONTANA
European association of mountain areas



**BROCHURE BONNES PRATIQUES
EUROMONTANA**

Table des matières

Comment la commune d'Alzen a quadruplé sa population en 40 ans	4
Comment une coopérative laitière en Slovénie est devenue l'un des principaux producteurs de lait et de fromage frais de haute qualité	6
GEOPOS : La géo-localisation du bétail par satellite	8
Un marché en ligne pour connecter les petits agriculteurs aux consommateurs urbains	9
Des terrasses abandonnées adoptées pour soutenir les montagnes	11
Un service de bus à la demande pour desservir les zones de montagne	14
Comment les "Centrales Villageoises" en France améliorent la production collective d'énergie renouvelable dans les zones rurales et montagneuses	15
Comment améliorer l'efficacité énergétique dans l'hôtellerie et la restauration de montagne ? L'exemple de l'hôtel Cyprianerhof	16
Une activité de tourisme durable : l'exemple de 'Epubike' en Espagne	18
Les Perles Alpines : une expérience de mobilité sans voiture pour vos vacances	19
Comment une caravane a été transformée en un centre médical mobile pour desservir les zones éloignées en Finlande.....	21
Comment faciliter la collecte des huiles alimentaires usagées en zones de montagne	22

Comment développer et maintenir l'attractivité de nos territoires de montagne ?

Les montagnes européennes sont des espaces dotés d'un formidable potentiel de développement.

Vivre en montagne tient du rêve pour qui est attaché à sa qualité de vie : paysages splendides, proximité avec la nature, air pur combiné à la possibilité de travailler dans l'économie locale et, grâce aux connexions haut-débit, partout ailleurs dans le monde.

Alors pourquoi les gens partent-ils ? De quoi auraient-ils besoin pour rester ? Et comment aider ceux qui s'y installent à se sentir chez eux ?

Les solutions ne sont ni simples, ni faciles à trouver. Les problématiques démographiques sont très complexes et renverser des tendances négatives en améliorant l'attractivité et la qualité de vie en montagne demande de traiter plusieurs aspects étroitement reliés, tels que l'offre en éducation et en formation, les possibilités de diversification économique ou la capacité d'un territoire à communiquer ses atouts.

Malgré les difficultés, de nombreuses initiatives locales ou régionales existent et permettent d'améliorer l'attractivité de nos territoires. Il n'est pas toujours nécessaire de réinventer la roue : ces bons exemples doivent nous inspirer pour développer de nouveaux projets et initiatives dans nos zones de montagne afin d'améliorer et de maintenir la vitalité et l'attractivité de nos montagnes dans une optique durable.

Afin de nous y aider, cette brochure regroupe des bonnes pratiques écrites par le Secrétariat d'Euromontana au cours de l'année 2017.



Ces exemples de bonnes pratiques montrent comment les montagnes européennes peuvent être innovantes et arriver à mettre en avant et à développer davantage leur potentiel. Des exemples de réussite dans différents domaines sont illustrés dans cette brochure, tels l'agriculture et le développement rural, l'innovation, l'énergie, l'environnement, le tourisme durable, les services d'intérêt général,...

En espérant que ces exemples vous aident à développer vos propres initiatives, nous vous en souhaitons une bonne lecture.

Juanan Gutierrez,
Président d'Euromontana
Janvier 2018

Euromontana

Association européenne pour les zones de montagne

www.euromontana.org



Dans la ferme traditionnelle de l'Ecomusée d'Alzen

Comment la commune d'Alzen a quadruplé sa population en 40 ans

Le 6 avril 2017, l'équipe d'Euromontana et les membres du groupe Economie Circulaire du Sud-Ouest de l'Europe ont visité Alzen, un village des Pyrénées Ariégeoises, dans le Sud-Ouest de la France. Alzen est parvenu à devenir une destination attrayante pour de nouveaux habitants, y compris les jeunes. En effet, en 40 ans, la commune a quadruplé sa population. Comment un petit village de montagne a-t-il réussi à attirer de nouveaux habitants et de nouvelles familles ?

Contexte

Alzen est un village du Parc Naturel Régional des Pyrénées Ariégeoises à 750 mètres d'altitude, dans le département de l'Ariège. Comme beaucoup de villages de montagne, Alzen a vu ses habitants s'exiler à la ville pendant de nombreuses années (1 000 habitants en 1850). En 1972, seuls 60 habitants y vivaient encore. Aujourd'hui, on compte plus de 260 habitants. De nombreuses familles sont venues vivre et travailler à Alzen. La commune connaît un fort accroissement de sa population grâce à une politique d'accueil de nouveaux arrivants et à un dynamisme social et culturel qui la rend attractive. La majorité de ces initiatives sont le fruit de la volonté et du dynamisme d'André Rouch, Maire d'Alzen depuis 30 ans, de son équipe municipale et l'accompagnement de l'intercommunalité.

Les mesures adoptées et les facteurs attractifs

Les deux principaux aspects attractifs de la commune d'Alzen sont l'emploi et l'éducation.

- Le dynamisme du travail.
Aujourd'hui, les habitants d'Alzen peuvent trouver de l'emploi dans différents secteurs. Alors que certains vivent de la terre, d'autres sont des salariés du public ou du privé et d'autres encore sont des travailleurs indépendants sur de nouveaux métiers. De plus, la commune accueille le chantier d'insertion CASTA, qui emploie actuellement vingt-cinq salariés sur le site de l'Ecomusée, et l'association des Naturalistes de l'Ariège avec une quinzaine de salariés également. Ces emplois permettent à de nombreuses personnes de pouvoir vivre et travailler dans la commune.
- Le maintien d'une école.
A la demande de trois familles, l'école d'Alzen a rouvert ses portes en 1976 avec quatre élèves après une fermeture deux ans auparavant. Elle accueille aujourd'hui 55 enfants répartis en 3 classes. Pour répondre aux besoins croissants, une cantine et une bibliothèque ont été construites. Afin de maintenir la jeunesse et une école au sein du village, la commune accueille en priorité les familles avec enfants. L'intercommunalité accompagne les communes pour la restauration (repas bio) et l'animation.



André Rouch. le maire d'Alzen

De plus, Alzen a également mis en place d'autres **mesures innovantes**.

- L'achat d'habitations par la commune.
La commune possède 21 maisons ou appartements. Ces habitations ont été transformées en logements sociaux, ce qui a permis d'accueillir des familles à revenus modestes. Ces logements sociaux s'inscrivent dans la politique d'accueil de nouveaux arrivants.

- Un chauffage au bois local
La commune d'Alzen a installé un réseau de chaleur bois écologique et économique pour les foyers du centre bourg. La chaudière automatique est approvisionnée en plaquettes forestières. Le bois qui provient des forêts publiques et les plaquettes qui sont traitées sur la plateforme située à sept kilomètres d'Alzen. Cette initiative permet donc de fournir du chauffage aux foyers raccordés à un tarif attractif, tout en s'inscrivant dans une économie circulaire et en maintenant des emplois sur le territoire, de la forêt à la chaudière.
- Un écomusée vivant.
Le village a créé également un écomusée en faisant l'acquisition de deux fermes. L'Ecomusée d'Alzen propose différentes activités qui permettent de découvrir la vie rurale : une ferme traditionnelle avec tous les animaux de races pyrénéennes menacées, des expositions, un restaurant qui propose les produits de la ferme (légumes, fromage, viandes) et des animations. Un véritable projet vivant qui permet d'accueillir des séminaires et des scolaires ce qui crée de l'activité pour le chantier d'insertion CASTA.

Les résultats obtenus

Les résultats obtenus sont visibles : Alzen a presque quadruplé sa population en 40 ans. Grâce à une stratégie dynamique et à des actions ciblées, le village est devenu un lieu attractif pour les familles qui recherchent un logement à la montagne tout en pouvant concilier travail et vie de famille. En outre, Alzen a réussi aussi à développer le tourisme grâce à ses différentes animations, à l'ouverture de l'écomusée et à sa capacité d'accueil au sein de la commune.

Ces bonnes pratiques peuvent s'appliquer également à d'autres villages de montagne qui cherchent à attirer de nouveaux habitants, y compris des familles.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet](#) de l'écomusée d'Alzen
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Comment une coopérative laitière en Slovénie est devenue l'un des principaux producteurs de lait et de fromage frais de haute qualité

Une usine laitière en Slovénie a créé une chaîne d'approvisionnement de montagne locale à forte valeur ajoutée qui s'est avéré avoir un impact positif sur l'économie locale et avoir favorisé la tradition de la production laitière dans la région. En modernisant et en améliorant sa technologie de production, la coopérative laitière a efficacement transformé une usine de production de lait en poudre en l'un des principaux producteurs de lait et de fromage frais de haute qualité en Slovénie.

Contexte et création de la coopérative laitière

L'usine laitière Planika a été créée en 1995 par la coopérative agricole Tolminc. Son but était de sécuriser l'achat de lait des agriculteurs dans la région de Posočje, dans l'ouest de la Slovénie, et de commencer une nouvelle production. La nouvelle Direction a rencontré de nombreux défis à ce moment-là : une technologie périmée, des locaux sans maintenance, et surtout un haut niveau de concurrence sur un marché slovène relativement petit. Par conséquent, une nouvelle stratégie de produits devait être développée afin d'assurer de garder les emplois de plus de 50 travailleurs et de nombreux agriculteurs qui dépendaient des produits laitiers.

Modernisation et améliorations

Afin d'assurer sa compétitivité et de renforcer sa place sur le marché, l'usine Planika a décidé de rénover les locaux de l'entreprise, de moderniser sa technologie de production, d'améliorer ses processus de travail et de sensibiliser les touristes, la population locale et les clients existants sur différents points ; les traditions de l'agriculture et du traitement du lait, le patrimoine rural et les approches durables sur lesquelles l'entreprise développe ses activités aujourd'hui et ce qui rend ses produits uniques sur le marché.

Pour réaliser ces changements, Planika a obtenu différents financements de la part du FEADER (Mesure 123), ainsi qu'un soutien financier régional. La modernisation a été effectuée lentement, étape par étape. **Les principales mesures prises ont été :**

*** La modernisation technique et technologique**

Planika a investi pour moderniser ainsi que pour améliorer l'hygiène, la protection de l'environnement et la sécurité au travail. Différents changements au sein de l'usine ont été apportés, y compris l'ajout de nouveaux systèmes de refroidissement, une nouvelle ligne d'embouteillage pour le lait frais, l'achat de réservoirs de lait avec des systèmes de refroidissement intégrés, le remplacement des pipelines à vapeur avec des capacités plus élevées. En outre, des restaurations ont été réalisées dans la chaufferie et dans la partie de l'usine qui traite les eaux usées, le toit du bâtiment a été remplacé et un toit a été construit sur les réservoirs de lait.

*** La création d'un musée présentant la tradition du pâturage de montagne**

En 2010, un ancien bâtiment qui servait de garage pour des camions a été transformé en musée. En coopération avec le musée Tolmin, une collection ethnologique intitulée « De la montagne à Planika » (laiterie) a été présentée. Le musée présente la tradition de l'élevage de pâturages et de la production de fromage avec de nombreux outils de traitement du lait et une collection de vieilles photos. Les visites guidées du musée se terminent avec la dégustation de produits et la démonstration pratique

des procédures traditionnelles de traitement du lait. Le musée a également un petit magasin où il est possible d'acheter du fromage et d'autres produits laitiers.

Les bénéfices et les avantages de la modernisation de la laiterie

- La laiterie applique désormais des normes de production élevées avec une efficacité accrue et des économies d'énergie grâce à une meilleure planification des processus de production ;
- L'installation des systèmes de refroidissement a augmenté l'efficacité et les économies d'énergie ;
- La modernisation technologique et technique a permis une meilleure qualité de production.
- Les installations de traitement des eaux usées ont également un impact positif sur l'environnement ;
- La laiterie est maintenant l'un des principaux producteurs de fromage Tolminc avec une appellation d'origine protégée au niveau de l'UE depuis 2012 ;
- Grâce aux investissements, la laiterie a renforcé son fonctionnement. Une centaine d'agriculteurs fournissent chaque année environ 8 millions de litres de lait de haute qualité et, au fil des ans, certains ont considérablement augmenté la quantité de lait qu'ils produisent ;
- Le musée de la laiterie attire entre 8 000 à 10 000 visiteurs par an et est devenu une attraction populaire qui permet de promouvoir le patrimoine rural. Il contribue à renforcer l'image positive des marques Planika et à attirer de nouveaux consommateurs. En outre, il a créé un emploi à temps plein et, au total, trois personnes qualifiées en tant que guides touristiques travaillent au musée et au magasin local de produits laitiers à côté du site de production.

Depuis 2012, l'usine laitière est devenue l'un des principaux producteurs de fromage Tolminc avec une appellation d'origine protégée. Le fromage est fabriqué exclusivement à partir de lait produit dans la vallée du Haut Soča. L'unicité de la laiterie repose sur le fait que le lait frais n'est pas pasteurisé et n'est pas homogénéisé pour garder son goût naturel et sa structure au plus haut niveau possible. Aucun additif n'est ajouté au lait.

La coopérative laitière Planika est un bon exemple d'amélioration de la compétitivité dans le secteur agricole.

Pour plus d'informations :

- Voir [la brochure](#) des projets financés par le FEADER
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Le dispositif de géo-localisation du bétail Geopos

GEOPOS : La géo-localisation du bétail par satellite

Contexte

En raison de la topographie montagneuse du Pays Basque, les éleveurs de bétail perdent souvent beaucoup de temps à chercher leur troupeau dans les montagnes, tous les jours, ce qui est particulièrement stressant pour les agriculteurs à temps partiel. Ainsi, les éleveurs ont exprimé un besoin de changement dans la gestion du bétail. Ce besoin a été détecté par l'équipe du Réseau Sectoriel de la Fondation HAZI, la fondation publique du gouvernement basque pour le développement rural et côtier. En réponse, HAZI a développé, en étroite collaboration avec certains agriculteurs, [GEOPOS](#), un dispositif de géolocalisation du bétail.

Elaboration d'un nouveau dispositif GEOPOS

Le test de l'appareil a été effectué dans des conditions réelles dans les montagnes grâce à une coopération étroite entre les techniciens et les éleveurs. Après plusieurs essais avec différents types de périphériques pour essayer de l'adapter aux conditions climatiques et géographiques, il a été possible d'obtenir un collier robuste, petit et léger avec de grandes caractéristiques, notamment :

- * Des panneaux photovoltaïques, ainsi que des batteries de haute performance, offrant une autonomie illimitée, ce qui permet au fermier d'oublier de charger l'appareil ;
- * Un système d'alarme contactant l'agriculteur via SMS ou e-mail dans le cas où le bétail entre et/ou sort de la parcelle, dans le cas d'inactivité ou de batterie faible ...
- * Un suivi du troupeau grâce à une plate-forme technologique (disponible à la fois pour les ordinateurs et les téléphones mobiles), de sorte que l'agriculteur peut vérifier à chaque instant où se trouve le troupeau.

Les impacts positifs pour les agriculteurs

A ce jour, les appareils GEOPOS sont utilisés par une vingtaine d'agriculteurs de petite et moyenne taille, avec une production extensive de bétail. Le dispositif a permis d'améliorer les conditions de travail pour ces agriculteurs grâce à :

- * L'économie de temps pour les agriculteurs, car ils ne sont plus obligés d'aller tous les jours dans leurs terres.
- * La réduction des coûts, en particulier en économisant de l'essence dans les déplacements inutiles en voiture.
- * La contribution à la recherche sur le comportement des animaux, car les dispositifs montrent les types de mouvements du bétail et ceux-ci peuvent être analysés dans différentes phases de croissance, saisons, conditions météorologiques ...

Pour plus d'informations :

- Ce cas a été l'une des études de cas présentées par HAZI dans [le projet Agrispin](#), un réseau thématique analysant les services de soutien à l'innovation dans l'agriculture, financé par Horizon 2020.
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Un marché en ligne pour connecter les petits agriculteurs aux consommateurs urbains

Adelaide.Farm est une plateforme en ligne (un marché virtuel) où les petits agriculteurs peuvent se mettre en contact avec les consommateurs urbains, dans le sud du Portugal. Grâce au site internet, les consommateurs peuvent acheter des produits (issus d'une agriculture responsable) et même disposer d'un potager en ligne, tandis que les agriculteurs peuvent vendre leurs produits à des prix équitables, augmentant ainsi leurs revenus.

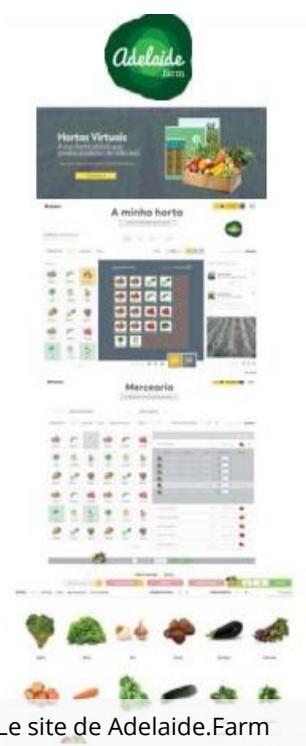
Le projet vise à lutter contre le dépeuplement rural et à autonomiser les petits agriculteurs qui ont de grandes difficultés à vendre leurs produits à un prix équitable et qui ont tendance à abandonner le travail dans les champs.

Présentation d'Adelaide.Farm

Le projet « [Adelaide.Farm](#) » a été créé en 2016 par un enseignant et cinq étudiants en agronomie de l'Institut polytechnique de Beja, au sud du Portugal. Adelaide.Farm est une plateforme en ligne dont l'objectif est de connecter les consommateurs et les petits producteurs. La plateforme permet d'une part aux consommateurs de savoir exactement ce qu'ils achètent, qui est le producteur et comment les produits sont fabriqués (mode de production utilisé) ; d'autre part, les petits producteurs qui participent au projet peuvent définir le prix de leurs produits et fournir des informations sur leur mode de production.

Actuellement, la plateforme vend à Beja et à Lisbonne et elle offre 80 produits différents, y compris des légumes, des fruits, mais aussi de la confiture et des œufs. La plupart des consommateurs, à Beja, achètent des produits toutes les semaines, tandis qu'à Lisbonne, c'est un achat occasionnel.

Un « jardin virtuel » où les consommateurs peuvent gérer et acheter de futures productions aux agriculteurs, et l'augmentation de la quantité (pour fournir des magasins, des entreprises et des restaurants...) sont en cours de développement.



Le site de Adelaide.Farm

Les objectifs et les défis pour un marché en ligne

L'objectif du projet est de réaliser un revenu moyen, pour les agriculteurs, d'environ 900€ par mois et d'avoir, sur la plateforme, environ 200 petits agriculteurs et environ 800 consommateurs d'ici 2019.

Cependant, l'un des plus grands défis du projet est d'**impliquer et d'engager les petits agriculteurs à travailler avec une plateforme en ligne pour vendre leurs produits**. La plateforme souhaite s'engager uniquement avec des petits producteurs pour leur permettre de devenir plus compétitifs et vendre leurs produits à un prix équitable, par rapport aux grandes entreprises agricoles. Pour aider les petits producteurs à être actifs sur le marché en ligne, *Adelaide.Farm* a également mis en place un rôle d'« Organisateur » sur la plateforme. Ce service peut être dirigé par un individu ou une association qui sera responsable de présenter et d'expliquer le fonctionnement de la plateforme et de gérer les informations et les ventes des agriculteurs sur la plateforme, en recevant un pourcentage (environ 16%) sur le prix de chaque produit vendu. L'« Organisateur » est également responsable de la livraison des produits au point de collecte (où les consommateurs collectent les produits). Au cours des

prochains mois, la plateforme espère augmenter la participation des petits agriculteurs.

Les impacts pour l'agriculture rurale

Fin 2017, après deux saisons, la plateforme compte 82 petits agriculteurs et environ 250 consommateurs.

Le projet peut être vu comme une solution gagnant-gagnant, tant pour les agriculteurs que pour les consommateurs.

Les agriculteurs peuvent se connecter avec plus de consommateurs et vendre leurs produits à un prix équitable, tandis que les consommateurs peuvent acheter des produits frais directement de la ferme, connaissant l'origine et le mode de production de ce qu'ils mangent. Par exemple, les petits agriculteurs de Beja qui participent au projet sont heureux de pouvoir développer et d'étendre leur production.

Evidemment, certaines améliorations sont nécessaires pour développer le projet, notamment informer davantage les petits producteurs à propos de cette nouvelle méthode de commercialisation qui est différente de la méthode traditionnelle. Les consommateurs sont prêts et attendent plus de produits venant des petits agriculteurs, néanmoins, il n'y a pas beaucoup de produits différents, pas beaucoup de diversité, et une quantité limitée qui restreint l'utilisation de la plateforme.

Pour plus d'informations :

- Le projet a été présenté dans le [catalogue Projets d'Innovation](#), présenté lors de l'Agri Innovation Summit 2017 qui a eu lieu à Lisbonne en octobre 2017
- Voir le site d'*Adelaide.Farm* [ici](#)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Le projet « Adotta un terrazzamento » en action

Des terrasses abandonnées adoptées pour soutenir les montagnes

Le projet "Adotta un terrazzamento" ("Adoptez une terrasse" en français) vise à réguler et à développer les activités d'agriculture de montagne en offrant l'opportunité à tous d'adopter une terrasse et de fournir un soutien direct ou à long terme aux montagnes de la vallée de la Brenta, dans la région des Alpes en Italie.

Contexte et origine du projet

Les terrasses sont créées pour transformer une montagne en pente en une série d'étagères afin d'obtenir des surfaces adaptées à la culture du sol.

Après la Seconde Guerre mondiale, le système des terrasses s'est effondré, avec l'effondrement des cultures agricoles qui nécessitaient trop de main-d'œuvre par rapport à celles mécanisées. En conséquence, pendant plus de 30 ans, toutes les terrasses étaient abandonnées et étaient recouvertes de morceaux de bois. Des effondrements menaçaient leur stabilité. Sur l'ensemble du patrimoine de 230 km de murs de pierres sèches couvrant la vallée, plus de 60% étaient en ruines, mettant en péril la sécurité des pentes et des vallées.

Dans ce contexte, l'initiative « Adotta un terrazzamento » est née.

Le projet 'Adoptez une Terrasse'

L'initiative « [Adoptez une terrasse](#) » est un projet stratégique créé par la municipalité de Valstagna, par le groupe Terre Alte du Club Alpin Italien et par le département de géographie de l'Université de Padoue. L'initiative est née après une première expérience locale d' 'adoption spontanée' des terrasses: le but était donc de réguler et d'étendre l'activité, permettant à quiconque d'adopter une terrasse, revendiquant directement ou à distance la montagne du canal de Brenta.

Comment ça fonctionne ?

L'adoption de la terrasse s'effectue en enregistrant et en choisissant l'opération à soutenir sur les terrasses, le choix étant basé sur les conditions de conservation, l'aptitude à la récupération productive et la valorisation du paysage.

Il est soit possible d'adopter directement une terrasse et de la cultiver soi-même, soit d'adopter indirectement, en payant un minimum de 15 €. L'abonnement contribue à soutenir le travail d'une équipe de bénévoles chargée de récupérer les terrasses abandonnées. Les contributions servent à couvrir le remboursement des dépenses d'équipement et de matériel nécessaires au travail. Des groupes tels que des écoles, des entreprises ou d'autres associations peuvent également adopter une terrasse. Après 5 ans d'adoption, un diplôme de « bienfaiteur en terre cuite » est reconnu par le Comité, la municipalité de Valstagna et le Club Alpin Italien. Chaque année, les adoptants peuvent visiter leur terrasse et voir les efforts de restauration.

Impacts sociaux et environnementaux positifs

L'innovation a revitalisé une municipalité historique abandonnée par les résidents.

Le projet a eu des impacts positifs, à la fois sociaux et environnementaux.

- L'initiative est originale ;
- Le partenariat institutionnel est entre les universités, les gouvernements locaux et les associations ;

- Le projet utilise des terres en friche et montre comment surmonter les limites de la propriété privée (les partenaires devaient trouver les propriétaires des terres abandonnées et les convaincre de prêter les terres pour le projet) ;
- L'adoption est un moyen d'améliorer une approche non lucrative et multifonctionnelle de la terre

Le projet présente également des résultats positifs car, à ce jour, il a permis de récupérer plus de 100 terrasses couvrant plus de 4 hectares dans différentes parties de la vallée, avec la participation de plus de 100 personnes, pour la plupart non riveraines.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet du projet Adotta una mucca](#)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana

Ce projet est un exemple d'**innovation sociale en zones rurales marginalisées**. Retrouvez- le trouver dans la [base de données SIMRA](#) qui collecte des exemples d'innovation sociale.



Projet "Adotta una mucca" dans la province du Trentin, en Italie

Adoptez une vache et encouragez l'agriculture de montagne

"Adotta una mucca", ("Adoptez une vache, en français) est une initiative italienne de la Vallée du Valsugana dans la province du Trentin. Son objectif est d'initier les touristes, les enfants et les familles à la vie et à la culture des montagnes. Celles et ceux qui adoptent une vache peuvent visiter différents refuges alpins, apprendre comment les produits de montagne sont fabriqués selon les recettes traditionnelles et profiter des vaches dans les alpages.



Le projet

Le projet "Adotta una mucca" a été créé en 1994 pour présenter et valoriser les activités, les produits et la culture des refuges alpins dans les vallées de Valsugana et de Lagorai au Nord-Est de l'Italie. L'objectif principal du projet est d'amener les touristes à la montagne pour découvrir la vie des refuges et comment sont fabriqués les produits de montagne.

Comment fonctionne-t-il ?

Tout le monde peut adopter une vache. La procédure est assez simple: en ligne, sur [le site internet de Valsugana](#), une brochure présente les refuges alpins qui participent au projet. **Les participants peuvent choisir leur refuge préféré et leur vache préférée parmi un total de 150 vaches provenant de 15 refuges alpins** différents dans le Trentin, en Italie. Une description accompagne chaque vache, indiquant son nom et une photo. L'adoption d'une vache coûte 60€: 10€ seront consacrés à des projets pour des associations caritatives pour enfants et 50€ seront donnés au refuge alpin pour l'entretien estival de la vache "adoptée". **Les 50€ peuvent être utilisés comme un « voucher » par les adoptants**, qui, lors de leur visite dans le refuge, peuvent goûter et acheter différents produits de montagne, tels que du fromage frais, de la ricotta, du beurre, du pain grillé et du lait frais, et d'autres produits fabriqués dans le refuge. Les adoptants peuvent visiter « leur vache » pendant la période de pâturage de la mi-juin à la mi-septembre. De plus, l'adoption peut être offerte en cadeau à un ami ou à un parent. Il est devenu très courant d'offrir « une vache en adoption » pour un mariage ou un cadeau d'anniversaire.

Les impacts positifs

Au fil des ans, le nombre d'adoptions a augmenté significativement : par exemple, 962 vaches ont été adoptées en 2014, et le nombre d'adoption a atteint plus de 1310 vaches en 2017. Ce projet innovant a du succès et a des impacts socio-économiques positifs :

- Le projet « Adotta una mucca » est un véritable exemple de collaboration entre tourisme et agriculture qui permet de rapprocher des activités d'élevage en montagne.
- En adoptant une vache, en payant des frais et en montrant son intérêt pour le projet, les participants soutiennent les activités de montagne, font la promotion des produits de montagne, apprennent à connaître la tradition et le patrimoine alpins et contribuent à la solidarité montagnarde.

Pour plus d'informations :

- Voir la [brochure du projet](#) ou le [site internet du projet](#)
 - Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana
- Ce projet est un **exemple d'innovation sociale en zones rurales marginalisées**. Retrouvez-le dans la [base de données du projet SIMRA](#) en collectant des exemples d'innovation sociale.



Bwcabus opérant dans l'Ouest du Pays de Galles

Un service de bus à la demande pour desservir les zones de montagne

Bwcabus (Book-a-bus) est un service de bus local à la demande opérant dans l'ouest du Pays de Galles. Cette initiative a été créée en 2015 pour répondre aux besoins des habitants des zones rurales et montagneuses de la région.

Contexte

Les zones rurales et montagneuses en Europe sont parfois devenues très isolées suite à la suppression des services de bus locaux pour réduire les coûts. Cela signifie que les habitants qui ne possèdent pas de voiture peuvent être privés de l'accès au travail, aux soins de santé ou même de l'accès à l'éducation.

Le projet : comment fonctionne-t-il ?

Le projet a pour objectif d'améliorer l'accessibilité, de réduire la dépendance à l'égard des voitures et d'aider les personnes qui vivent dans des lieux où les transports en commun n'existent plus. Les bus servent les villes locales et les villages, mais desservent également les lignes principales de bus ou de train. L'initiative a été dirigée par le Carmarthenshire County Council, en partenariat avec Ceredigion County Council, Traveline Cymru et l'Université du Pays de Galles du Sud.

Le service de bus propose des itinéraires diversifiés avec à la fois des itinéraires fixes et un service à la demande. Les habitants peuvent réserver à l'avance le service de bus par téléphone ou sur Internet, sur le [site internet de Bwcabus](#). Le site internet fournit des informations sur le service, y compris l'emplacement des arrêts de bus et les tarifs.

Tous les bus de Bwcabus sont conçus pour rouler dans des zones éloignées et leurs entrées sont également conçues pour les passagers à mobilité réduite (les entrées étant basses, larges et accessibles).

Des résultats positifs pour les habitants et pour l'économie locale

- * Le projet parvient à répondre aux besoins des citoyens. Les bus Bwcabus aident les montagnards à avoir accès aux services d'intérêt général tels les hôpitaux, les écoles, mais également l'accès à l'emploi.
- * Le service a entraîné une augmentation de la fréquence de l'utilisation des transports en commun et a encouragé une réduction de l'utilisation de la voiture.
- * Bwcabus génère une augmentation globale des passagers. Les bus transportent des travailleurs mais aussi de nouveaux clients vers les entreprises locales. Ainsi, le service de bus local contribue à stimuler et à doper les entreprises et l'économie locale.

En conclusion, l'initiative montre que de nouvelles approches existent pour fournir un modèle durable de transport public rural intégré.

Pour plus d'informations :

- Voir la description du projet ou le [site internet](#) du service de bus Bwcabus
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana

Pour plus de bonnes pratiques sur la mobilité dans les zones rurales et de montagnes, vous pouvez jeter un œil à ces [51 initiatives](#) pour améliorer la mobilité dans les zones rurales et montagneuses, collectées dans le cadre du projet [Move On Green](#).



Centrales solaires Villageoises 4 Montagnes dans le Vercors

Comment les "Centrales Villageoises" en France améliorent la production collective d'énergie renouvelable dans les zones rurales et montagneuses

Les [Centrales Villageoises](#) sont des sociétés locales qui ont pour but de développer les énergies renouvelables dans les territoires ruraux et montagneux en France en impliquant citoyens, communautés locales et entreprises.

Contexte et origine des Centrales Villageoises

Le projet pilote a d'abord été réalisé dans le parc naturel régional de la région Rhône-Alpes. Le projet pilote a mis en place un modèle qui peut être facilement reproduit dans les territoires ruraux et montagneux.

Comment ça marche ?

Les citoyens, les entreprises locales et les autorités locales participent à la création d'une société locale, comme une société anonyme simplifiée (SAS) et partagent les parts de capital. Chaque société « Centrales Villageoises » investit dans des équipements de production d'énergie renouvelable, paie des taxes et des charges et recueille les revenus de la vente d'électricité à EDF, le fournisseur national d'électricité. Les projets sont financés par des fonds propres (25% à 30%) et par des prêts bancaires (environ 70 à 75%).

Les revenus provenant de la vente d'électricité permettent à la société de payer les dépenses (entretien, loyer, location, etc.) et alimentent les bénéfices, qui peuvent être mis de côté ou distribués en dividendes aux actionnaires.

La mise en place du projet dans les zones de montagne

Le territoire d'Autrans-Méaudre, dans le Vercors, est situé à environ 1000 mètres d'altitude entouré de falaises culminant jusqu'à 2350m. Il englobe des municipalités rurales et touristiques, avec plus de 11.100 habitants. Les élus locaux des massifs du Vercors ont décidé de développer et mettre en œuvre des projets énergétiques durables et locaux au travers de Centrales Villageoises. Les "Centrales solaires Villageoises 4 Montagnes" ont été mises en place en octobre 2016. Près de 600 m² de panneaux photovoltaïques installés ont permis de produire et de consommer de l'électricité locale. Cela représente l'équivalent de l'énergie que fournissent 500 frigos tout au long de l'année.

Les avantages d'une énergie locales pour les résidents

Le projet, co-appartenant et co-conçu par les locaux, permet de produire une énergie verte qui respecte la nature, s'appuyant sur les ressources locales et préservant la qualité des paysages et du patrimoine de la région tout en générant des avantages économiques locaux.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet des Centrales Villageoises](#) ou la vidéo des Centrales Villageoises 4 Montagnes à Autrans-Méaudre en Vercors [ici](#)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



L'hôtel Cyprianerhof en Italie, rénové avec des matériaux de la région

Comment améliorer l'efficacité énergétique dans l'hôtellerie et la restauration de montagne ? L'exemple de l'hôtel Cyprianerhof

Contexte

Chaque année, les montagnes accueillent des dizaines de millions de touristes (plus de 150 millions rien que dans les Alpes). Dès lors, il est important que les hôtels et les restaurateurs qui les accueillent puissent mettre en place des initiatives pour réduire leur consommation d'énergie dans une logique de développement durable. C'est dans ce contexte que la Convention Alpine a mis en place un [guide de bonnes pratiques](#) pour les hôtels de montagne afin d'améliorer leur efficacité énergétique.

Près du massif du Rosengarten dans le Tyrol du Sud en Italie, les gérants du Cyprianerhof Hotel pratiquent une culture de l'écologie. Ils ont accru leur efficacité énergétique et réduit au maximum le gaspillage.

Quelles mesures ont-elles été mises en œuvre ?

Parmi les mesures adoptées, on retient :

- **Le développement d'une économie circulaire** : Pour réduire les apports en énergie pouvant être évités et préserver les ressources naturelles limitées, depuis 2000, l'hôtel se chauffe grâce à une chaudière à bois (plaquettes de bois), une matière première renouvelable qui provient de la région. De plus, lors des transformations et rénovations, les travaux sont effectués avec des matériaux de la région.
- **Des repas locaux** : Afin de réduire les émissions de transport notamment, les gérants de l'hôtel Cyprianerhof se procurent des aliments frais auprès de fournisseurs locaux et préparent eux-mêmes les confitures pour le petit déjeuner.
- **Sensibilisation des hôtes** : Ils cherchent également à sensibiliser leurs hôtes au thème du développement durable en les invitant, par exemple, à ne pas changer tous les jours de serviette de toilette et à utiliser leurs propres sandales de bain, pour éviter d'utiliser des sandales en plastique qui se jettent rapidement.
- **Un audit énergétique** : L'établissement hôtelier Cyprianerhof a mis en place un management de l'énergie s'étendant à tout l'hôtel afin de mettre en place un système de management systématique de l'énergie couvrant toutes les zones de l'hôtel pour pouvoir tirer parti de potentiels d'amélioration sur le long terme.
- **Une question de choix** : La protection environnementale et climatique est constamment au cœur des préoccupations des gérants de l'hôtel Cyprianerhof. A chaque décision ou achat, l'environnement et le développement durable constituent désormais pour eux des critères de poids.

Quels sont les avantages obtenus jusqu'à présent ?

L'efficacité énergétique a montré qu'elle peut offrir de nombreux avantages pour l'hôtellerie et la restauration :

- **Un confort accru** : Avoir des châssis de fenêtre bien isolés et hermétiques permet de réduire les courants d'air, ce qui plaît aux hôtes. En installant des régulateurs de débit sur les pommeaux de douche, afin de réduire la consommation d'eau, les gérants mettent en place une mesure qui permet de réduire efficacement la consommation d'énergie et les coûts sans compromettre le confort des hôtes.
- **Une réduction des coûts** : Economiser l'énergie, c'est dépenser moins d'argent. La réduction du coût énergétique va souvent de pair avec une réduction des frais d'entretien. Par exemple, la ventilation est dotée d'un système de récupération de chaleur et une station-service électrique est installée sur le parking.
- **Un environnement plus sain** : Une baisse de la production d'énergie permet de réduire les émissions de CO2 et de préserver les ressources naturelles. Afin de renforcer le caractère durable et écologique de leur établissement, les hôteliers du Cyprianerhof Hotel produisent, par exemple, eux-mêmes leur savon. En outre, ils n'utilisent pas d'emballages plastiques pour les denrées alimentaires.
- **Un gain de temps** : Les LED doivent être remplacées moins souvent que les ampoules conventionnelles. Elles permettent aux collaborateurs de gagner du temps.
- **Une diminution des risques** : En diminuant l'intensité du courant dans le câble électrique un, celui-ci est moins sollicité, et le risque d'incendie électrique s'en trouve réduit.

Pour plus d'informations :

- Voir le rapport complet avec d'autres exemples d'efficacité énergétique pour l'hôtellerie et la restauration : « [Alpine Energy](#) »
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Le projet « Espubike » dans le Parc Régional de la Sierra Espuña

Une activité de tourisme durable : l'exemple de 'Espubike' en Espagne

Le projet d'une piste cyclable « Espubike », dans une zone de montagne en Espagne, est un excellent exemple pour illustrer une opportunité de développer des activités touristiques durables basées sur des valeurs naturelles et environnementales.

L'origine du projet Espubike

« Espubike » est une itinéraire cyclable durable créée en 2015 dans le Parc Régional de la Sierra Espuña, dans la région de Murcie, dans le sud de l'Espagne. Le projet a été soutenu par la Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADR) afin de développer une activité touristique favorisant l'environnement naturel local sans dégrader l'environnement. L'itinéraire de 146km traverse une fraction des aires protégées du Parc Régional avec des chemins et des sentiers appropriés qui permettent aux visiteurs de découvrir le patrimoine naturel et culturel d'Espuña sans le détériorer.

La mise en œuvre du projet dans une zone de montagne protégée

La piste cyclable d'Espubike a été construite de manière à ce qu'elle ait peu d'impact sur l'environnement, dans le but de contribuer au développement durable.

La région fait dorénavant partie du Réseau de la Charte européenne du tourisme durable dans les zones protégées et a été reconnue comme étant une destination durable. Sierra Espuña gère actuellement son activité touristique en accordant la priorité à la protection de l'environnement, à la contribution au développement durable et à la planification du tourisme durable de manière efficace. Par exemple, la piste cycliste ne dégrade pas les ressources naturelles. Les cycles écologiques de la région sont respectés et des panneaux, installés tout au long de la route, informent les visiteurs de la valeur naturelle du Parc Régional, y compris la présence de 120 espèces d'oiseaux, 38 types de mammifères, plus de 500 espèces de papillons et près d'un millier de plantes.

En outre, le projet a engagé des communautés rurales locales afin de mieux comprendre la valeur ajoutée et les débouchés commerciaux potentiels de la protection de la nature et de l'écosystème de la région.

Les bénéfices pour l'économie locale

Le projet a eu un impact direct et positif sur l'économie locale.

La piste cyclable a été spécialement conçue pour amener les visiteurs dans certains villages proches du Parc Régional. Par exemple, le site web contient des informations spécifiques concernant l'hébergement et les services fournis par les entreprises locales qui se trouvent tout au long de l'itinéraire. En outre, plus de 20 entreprises locales ont développé leurs produits et services dans le but de cibler les utilisateurs de la route cycliste « Espubike ». Par conséquent, depuis la création de la route cycliste, les entreprises locales ont enregistré une augmentation de 10% des ventes et Sierra Espuña a été positionnée comme un « centre d'écotourisme » potentiel dans le sud de l'Espagne.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet d'Espubike](#)
- Voir la [brochure d'ENRD](#) avec les projets du FEADER (en anglais)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Mobilité durable dans les Perles Alpes

Les Perles Alpines : une expérience de mobilité sans voiture pour vos vacances

L'initiative « Alpine Pearls », les Perles Alpines, a comme objectif de créer des offres touristiques innovantes qui respectent l'environnement. Le réseau compte actuellement 25 villages (appelés "Perles") répartis en Allemagne, France, Italie, Autriche, Slovénie et Suisse, six pays alpins. Le principe est de proposer une expérience de mobilité totale sans voiture dans la station de vacances, avec des services de navette, des randonnées pédestres et de ski, des taxis, des voitures électriques, des vélos et des vélos électriques.

L'origine du projet

Fondée en 2006, « Alpine Pearls » est le résultat des projets Alpine Space Programme, Alpes Mobility I et II, deux projets européens, qui visent à exploiter et à développer un réseau de villages durables dans la région alpine. Les villages qui participent au projet font partie d'une approche de développement durable favorisant les modes de transport durables, la protection de l'environnement et la qualité du tourisme.

Comment ça fonctionne ?

Tous les villages membres du réseau "Alpine Pearls" répondent à des critères de qualité exigeants et combinent leur offre touristique avec le plaisir de respecter l'environnement. Chaque « Perle » met en place et propose des offres de loisirs respectueuses de l'environnement, telles que des navettes, des bus de randonnée, des bus de ski, des taxis, des voitures électriques, des vélos et des vélos électriques. Les visiteurs peuvent acheter une carte d'invité ou de mobilité qui leur permet d'utiliser gratuitement les transports publics et d'aider au fonctionnement du service de mobilité écologique disponible sur place.

En conséquence, les centres-villes ont peu ou pas de trafic et la mobilité est garantie par les services de transfert. Tout est prévu pour que les visiteurs n'utilisent pas leur voiture.

Une nouvelle forme de voyage contribuant au respect de l'environnement.

Résultats pour les villages Perles membres du projet

Bien qu'il ne soit pas facile de déterminer si les touristes choisissent leur destination grâce au projet ou pas, les villages Perles constatent une augmentation du nombre de nouveaux touristes.

- Plusieurs village Perles voit une augmentation du nombre de touristes arrivant en raison de leur adhésion au projet Alpine Pearls ;
- Il y a un nombre croissant d'invités utilisant les transports publics et utilisant une mobilité durable ;
- Tous les villages Perles améliorent constamment leur offre de mobilité durable.

Résultats pour le projet "Alpine Pearls"

En dix ans, le nombre de destinations Perles est passé de 17 destinations en 2006 à 25 destinations en 2017. De plus, le projet s'est développé et a plusieurs effets positifs :

- Le projet Alpine Pearls a reçu plusieurs prix et récompenses dans le monde et est montré comme exemple, les coordinateurs ont présenté jusqu'à présent le projet à plus de 200 conférences sur la durabilité ;

- « Alpine Pearls » organise les traversées alpines qui sont des voyages à travers les Alpes. Jusqu'à 2017, le projet a déjà organisé 3 traversées alpines rassemblant plus de 100 journalistes ;
- Le site Alpine Pearls offre 450 forfaits de vacances disponibles en ligne en 4 langues ;
- Le projet a développé un projet « Alpine Pearls hosts », un réseau d'hôtels de mobilité durable qui regroupe actuellement 80 hôtels.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet Alpine Pearls](#) (disponible en français, allemand, italien, slovène et anglais)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



A l'intérieur de la caravane Mollu

Comment une caravane a été transformée en un centre médical mobile pour desservir les zones éloignées en Finlande

Une caravane mobile a été convertie et aménagée en un centre médical mobile afin de fournir un service de soins de santé facile d'accès pour les personnes qui habitent dans les régions rurales et éloignées finlandaises. Les infirmières travaillant dans le bus fournissent un ensemble de services de soins médicaux et permettent de combler le manque de services de santé dans les régions éloignées.

Le contexte

La majorité de celles et ceux qui vivent dans des régions éloignées ont un accès restreint aux soins de santé. Les fournisseurs de soins de santé ont tendance à localiser leurs installations principales dans des sites centralisés tels que les villes ou les zones à haute densité, et ce, dans le but de réduire les coûts d'installation et pour des questions de rentabilité par rapport aux zones à faible densité. Par conséquent, les résidents, les travailleurs et les visiteurs doivent se rendre dans les villes et parcourir de longues distances s'ils ont besoin d'une attention médicale. Pour combler le manque de services de santé dans les zones rurales et éloignées, le projet '[Mallu does the rounds](#)' (« Mallu fait les rondes ») a été créé afin de fournir des services de santé mobiles pour les régions éloignées en Finlande. Le bus Mallu est conçu par le District South Karelia Social and Health Care (Eksote) en tant que service médical facile à utiliser pour les personnes dans les zones rurales.

Comment ça fonctionne ?

À l'origine, le projet consiste à transformer une caravane en un centre de santé mobile. Une fois que la caravane est équipée pour servir de centre de soins de santé mobile, le bus Mallu se déplace de villages en villages dans des zones éloignées. Il parcourt un itinéraire fixe et dessert huit municipalités. À l'intérieur du bus, les infirmières fournissent un ensemble de services médicaux soigneusement coordonné à partir du centre hospitalier, se trouvant en ville. Les services, fournis à l'intérieur du bus Mallu, incluent des conseils, des médicaments pharmaceutiques, des petites opérations et la surveillance de la tension artérielle. Le travail des infirmières est relié à des systèmes d'information centralisés sur les patients grâce à l'ordinateur de bord et à l'équipement technologique à haut débit. Cet équipement permet de mettre le patient en contact avec un personnel médical plus spécialisé, en travaillant au centre de soins de santé de la ville, en temps réel, si besoin.

Les résultats

Le [projet 'Mallu bus'](#) montre les nombreux avantages que ce type de bonne pratique peut offrir :

- Le service couvre une zone comptant au moins 100 000 patients potentiels ;
- Il soutient la vie autonome des résidents âgés et aide à prévenir la maladie ;
- Cette approche mobile des soins de santé en milieu rural est plus rentable pour les patients et pour les services de santé car les infirmières recommandent uniquement aux patients de consulter un médecin s'ils ont vraiment besoin d'un rendez-vous. Cela permet aux médecins de se concentrer mieux sur leurs propres tâches et donc d'améliorer l'efficacité des centres régionaux de santé ;
- Le bus répond à des besoins importants parmi les populations qui vivent dans des régions éloignées et fournit aux autorités sociales et sanitaires des informations vitales sur les besoins des soins de santé en milieu rural.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site du projet d'ENRD](#) ou voir le site du [projet Mallu bus](#)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



La Baraque à Huile dans les Alpes françaises

Comment faciliter la collecte des huiles alimentaires usagées en zones de montagne

La collecte des déchets alimentaires, y compris des huiles alimentaires, reste un défi majeur pour les zones de montagne. Le projet « La Baraque à Huile » se présente comme une solution pour récolter les huiles alimentaires dans les Alpes françaises. Le projet présente l'avantage de récolter les huiles usagées dans les déchèteries qui se trouvent en altitude, répondant ainsi à la demande des habitants qui sont loin des lieux de collecte d'huile habituels et à la demande des environnementalistes de mieux valoriser les déchets usagers.



Le manque d'huiles récoltées et la création de la Baraque

L'initiative « La Baraque à Huile » a été créée par un groupement d'entreprises, à savoir **Trialp**, entreprise savoyarde spécialisée dans la collecte, le traitement et la valorisation des déchets, **1R design** et **Design C+B Lefebvre**. Le projet souhaite combler le manque de recyclage des huiles alimentaires usagées. En effet, en France, seulement 5% des huiles alimentaires usagées sont collectées, comparé à 75% du verre. Le problème majeur est le manque de points de collecte et de déchèteries et le manque d'information concernant l'importance de recycler les huiles. Dans les zones rurales et, encore plus en zones de montagne, les points de récolte d'huiles alimentaires usagées manquent. Par conséquent, ces huiles ne sont pas récoltées et ne sont donc pas recyclées.

Le fonctionnement de la Baraque à Huile et ses objectifs

« La Baraque à Huile » propose un service gratuit, avec une solution accessible au design pratique (des contenants 'Olibox' de 3 litres avec une poignée qui peuvent être facilement rangés à la maison et transportés en déchèterie). Chacun peut emprunter un contenant de 3L, y stocker son huile alimentaire usagée et, une fois le contenant rempli, le rapporter dans le point de récolte le plus proche, y compris dans des déchèteries en montagne, où se trouve la « Baraque à Huile » jaune et verte.

Cette récolte a pour objectif d'augmenter les quantités d'huiles alimentaires collectées, afin qu'elles soient recyclées, et donc valorisées, et transformées en biocarburant. Une fois collectée, l'huile est d'abord filtrée, pour enlever tous les déchets qui ne devraient pas y être. Ensuite il y a une phase de décantation afin de séparer l'eau, cette dernière est alors extraite de l'huile. A la fin de ces étapes, l'huile n'est plus un déchet mais une matière première qui sera transformée en bio-carburant. Le rendement est alors proche de 100%.

Des bénéfices pour tous

La Baraque à Huile présente des résultats à différents niveaux :

- La personne qui se débarrasse proprement de son huile ne bouche plus ses canalisations, et ne pollue plus son jardin, elle participe donc, par son apport volontaire, à une économie circulaire et plus durable.
- La collectivité voit son réseau d'eaux usées et sa station d'épuration soulagés d'huile figée, elle augmente aussi la part de déchets collectés et valorisés.
- Le collecteur, lui, récupère une huile en plus grande quantité et peut enfin en maîtriser la qualité. En effet, avant, l'huile était collectée dans des fûts de 300 ou 1 000 litres où il était plus

fréquent que de l'huile noire (huile de moteur) soit déversée, rendant ainsi l'ensemble de l'huile collectée impossible à valoriser en bio-carburant. Le fonctionnement de La Baraque à huile et de ses petits contenants permet un contrôle très fin par un agent spécialisé et quasiment 100% de l'huile récoltée est valorisable en bio-carburant.

Avec sa solution, « La Baraque à Huile » compte faire passer de 5 à 20 %, le taux de collecte et valorisation de ces huiles. Pour l'instant, dans la déchèterie de Crolles (Grenoble) par exemple, 35 à 45% d'huile sont collectées en plus, depuis la mise en place de La Baraque à Huile en 2017, avec une valorisation en biocarburant de 100%.

Le projet est en pleine extension. Pour l'instant, des baraques à huile ont été testées dans deux déchèteries dans le Grésivaudan (Isère) et cinq déchèteries en Savoie et dans l'Ain viennent d'être équipées. Dans les prochains mois, le groupement d'entreprises espère avoir un déploiement sur l'ensemble du territoire français, couvrant également les zones montagneuses.

En outre, le projet Baraque à Huile a reçu le Label observateur du design 2018. Une démarche d'[éco-conception](#) qui a été appréciée par les membres du jury.

Pour plus d'informations :

- Voir le [site internet](#) de la Baraque à Huile
- Voir le [communiqué de presse](#)
- Retrouvez également cette bonne pratique [ici](#), sur le site d'Euromontana



Secrétariat d'Euromontana
2018

info@euromontana.org
www.euromontana.org