



Vatra Dornei, Roumanie

# XI Assises Européennes de la Montagne

Le **patrimoine culturel** comme moteur  
de créativité, d'innovation et de  
développement socio-économique  
pour l'avenir des zones de montagne

Vatra Dornei, Roumanie  
25-26-27 septembre 2018

## COMPTE RENDU DES XI<sup>ÈMES</sup> ASSISES EUROPEENNES DE LA MONTAGNE

### OUVERTURE OFFICIELLE ET MOTS D'ACCUEIL



Juanan Gutierrez, Président  
d'Euromontana

Les XI<sup>èmes</sup> Assises européennes de la montagne ont été officiellement lancées le mercredi 26 septembre 2018 par **Juanan Gutierrez**, Président d'Euromontana, et par les organisateurs roumains de l'événement.

Le Président d'Euromontana, **Juanan Gutierrez**, a ouvert la conférence en insistant sur la richesse du patrimoine naturel et culturel exceptionnel en zones de montagne et sur la nécessité d'une meilleure valorisation de cet atout, non délocalisable, qui permet de donner des perspectives d'avenir à notre jeunesse et à nos territoires en termes d'innovation et de développement territorial. Il a également rappelé à l'auditoire que le patrimoine naturel et le patrimoine culturel sont intrinsèquement liés grâce à l'utilisation que des générations d'hommes ont faite de leurs biens naturels, et que les paysages de montagne sont donc des paysages culturels. Face à la mondialisation et à la globalisation actuelles, le patrimoine culturel et naturel est l'une des rares ressources à disposer d'un potentiel de développement économique intrinsèquement lié aux territoires, à ses habitants et à leur manière de vivre. Il représente donc une grande ressource stratégique pour l'avenir, qui peut offrir de nombreux avantages sociaux, environnementaux et économiques, à condition d'être correctement et durablement exploités et mis en valeur. Appelant à une meilleure préservation et valorisation de ce patrimoine culturel, le Président d'Euromontana a conclu en invitant les participants à utiliser le patrimoine culturel et son très fort potentiel d'innovation afin de revitaliser les territoires,



d'encourager le développement de nouvelles idées entrepreneuriales mais également de renforcer l'attractivité des montagnes dans leur ensemble pour tous les habitants.

Le maire de Vatra Dornei, **Ilie Bonches**, a chaleureusement accueilli les participants dans sa ville pour les Xèmes Assises européennes de la montagne sous les auspices de l'Année européenne du patrimoine culturel et du centenaire de l'Union roumaine.

**Gheorghe Flutur**, Président du Conseil Général de Suceava, a souligné l'importance pour la Roumanie de faire partie de l'Union Européenne pour pouvoir participer aux discussions d'un tel forum. Des programmes européens sont nécessaires pour les zones rurales roumaines qui sont confrontées aux mêmes problèmes de dépeuplement et de vieillissement que les autres zones rurales européennes. Il a fait valoir que le temps était venu pour les gouvernements non seulement de contester la situation actuelle, mais aussi d'agir pour résoudre ce problème par des stratégies et des solutions concrètes, et que les symposiums ne suffisent plus. Les montagnes sont les régions où la plus grande quantité de ressources naturelles est exploitée, mais aucun progrès ne peut être attendu si toute la valeur ajoutée est tirée des montagnes sans rien laisser aux populations locales. Le Président du Conseil Général de Suceava a plaidé pour une gestion décentralisée des zones de montagne et a regretté le manque de ressources pour les zones à contraintes naturelles en Roumanie. Il a encouragé qu'une stratégie pour les Carpates soit soutenue par l'Union européenne, à l'instar de ce qui existe déjà pour le Danube ou les Alpes.



*De gauche à droite ; Claudiu Sorin Rosu Mares, Secrétaire d'Etat du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural de Roumanie ; Mirela-Elena Adomnicai, Préfet de Suceava ; Gheorghe Flutur, Président du Conseil Général de Suceava et Ilie Bonches, Maire de Vatra Dornei*

La préfet de Suceava, **Mirela-Elena Adomnicai**, est revenue sur le concept d'identité et de culture d'accueil des populations de montagne. Les traditions, le patrimoine culturel et les expressions idiomatiques sont importants pour les populations rurales. Ils font partie des cent ans d'histoire de la Roumanie et méritent largement qu'une Année européenne soit consacrée à leur préservation et à leur valorisation. Elle espère que des initiatives telles que l'Année européenne du patrimoine culturel pourront favoriser les discussions, les stratégies, les déclarations et la mise en œuvre des programmes. Elle a encouragé le développement d'une culture d'accueil dans nos régions de montagne pour mieux protéger et transmettre aux générations futures l'identité et l'hospitalité montagnardes et maintenir des régions de montagne vivantes.

Enfin, **Claudiu Sorin Rosu Mares** - Secrétaire d'Etat au Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural, a excusé le Ministre de l'Agriculture et du Développement Rural, Petre Daea, et a souhaité la bienvenue aux participants avant d'ouvrir la première session.



*Virgil Ancuta joue au violon une ballade composée par Ciprian Porumbescu, compositeur de la région de Bucovine*



## SESSION 1 : POURQUOI PARTAGER LE PATRIMOINE CULTUREL DES ZONES DE MONTAGNE EST-IL IMPORTANT ?

« Patrimoine culturel et développement rural dans les Carpates roumaines », Claudiu Sorin Rosu Mares - Secrétaire d'Etat, Ministère de l'Agriculture et du Développement rural roumain

**Claudiu Sorin Rosu Mares** a présenté au public le riche patrimoine culturel montagnard de Roumanie, qui se reflète dans le style architectural des habitations, les costumes traditionnels, les activités agropastorales, les produits de laine, les fêtes spirituelles, etc. Ce précieux patrimoine est aujourd'hui mieux protégé et valorisé grâce à la nouvelle loi roumaine sur la montagne (adoptée en août 2018) qui vise à investir 1 milliard d'euros du budget de l'État roumain dans les zones de montagne au cours des dix prochaines années. La loi sur les montagnes vise également à protéger les ressources naturelles, à encourager les populations à rester dans les zones de montagne et à développer les activités économiques et sociales.



Cette loi est née de la reconnaissance politique des besoins spécifiques des zones de montagne et de l'agriculture de montagne. L'État a mis en place un conseil national de la montagne et de nouveaux comités de montagne et a régionalisé l'agence des zones de montagne pour répondre aux besoins locaux.

La nouvelle loi sur la montagne alloue des enveloppes financières pour soutenir des chaînes de valeur montagnaises spécifiques telles que la laine, les baies sauvages, les plantes médicinales. La formation et les infrastructures sont également des priorités importantes. En ce qui concerne les infrastructures, les conditions de crédit sont adaptées aux populations de montagne et l'accent est mis sur le maintien des services ruraux d'intérêt général (centres de santé, banques, etc.) ainsi que des infrastructures Internet. Enfin, le gouvernement accorde maintenant une prime d'installation à tout nouvel habitant de montagne pour aider à attirer les jeunes et les entrepreneurs. Les nouveaux montagnards doivent vivre au moins 5 ans dans une région montagnaise pour bénéficier de la prime.

Pour résumer le concept de cette nouvelle loi sur les montagnes, Claudiu Sorin Rosu Mares a expliqué que les montagnards roumains sont déjà des entrepreneurs par leur travail et leur artisanat, qu'ils sont autosuffisants, mais que l'économie de montagne roumaine était dépassée face à la concurrence mondiale actuelle et devait être reconstruite sur la base des artisans et des métiers spécifiques à la montagne roumaine.



« Vers une meilleure valorisation du patrimoine culturel dans la chaîne montagneuse des Carpates », Harald Egerer, Chef du Bureau de Vienne de l'ONU Environnement, Secrétariat de la Convention des Carpates

**Harald Egerer**, en sa qualité de chef du Secrétariat de la Convention des Carpates, a réaffirmé l'importance mondiale de l'écorégion des Carpates pour le patrimoine culturel. En effet, il y a 19 sites du patrimoine mondial dans les Carpates, en majorité des sites culturels.

Le travail actuel de la Convention des Carpates est basé sur un accord ministériel international portant sur le patrimoine culturel. Lors de leur 2e Conférence des Parties à Bucarest, un inventaire du patrimoine culturel des Carpates a même été établi. Leur groupe de travail sur le patrimoine culturel élabore actuellement un protocole sur les savoirs traditionnels, afin de promouvoir la coopération internationale, d'encourager les programmes et projets communs et d'impliquer les décideurs politiques à tous les niveaux ainsi que les parties prenantes. Le protocole se concentrera par exemple sur l'identification et la documentation du patrimoine culturel, la préservation de l'architecture traditionnelle, des paysages culturels et des modes traditionnels d'utilisation des terres, l'amélioration de l'éducation et de la transmission du patrimoine culturel et des connaissances traditionnelles - parmi de nombreuses autres mesures.

Harald Egerer a souligné la nécessité d'un plus grand nombre de projets, notamment sur les thèmes du tourisme culturel, de la promotion des sites du patrimoine mondial et de la sensibilisation au potentiel des patrimoines culturels (valeur ajoutée économique, cohésion communautaire, etc.).



« Contribution des zones rurales à l'Année européenne du Patrimoine Culturel », Tom Jones, membre du Comité économique et social européen (CESE)



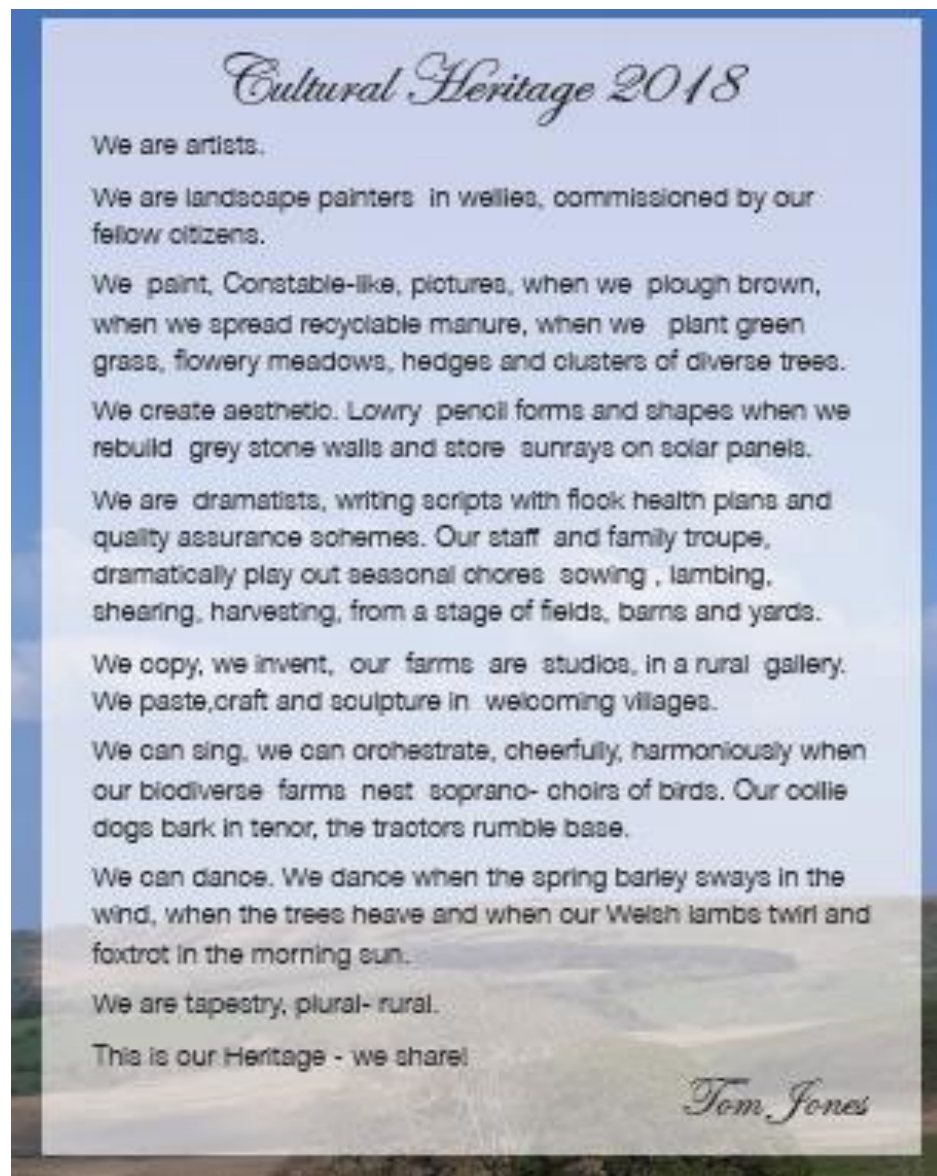
**Tom Jones** a expliqué comment les zones de montagne ont subi une transition idéologique, passant de zones d'élevage de moutons à des zones protégées pour la qualité de leurs écosystèmes, avec des programmes de protection de la bruyère ou des puits de carbone par exemple. Cependant, les écosystèmes fournis aujourd'hui sont le résultat de siècles de travail humain qui ont modelé les paysages qui sont aujourd'hui notre patrimoine culturel. Tom Jones a été rapporteur au

CESE d'un avis adopté avec une large majorité en septembre 2018 sur cette contribution spécifique des zones rurales à l'Année européenne du patrimoine culturel (AEPC).

Selon lui, l'AEPC a été conçue pour mieux faire connaître le patrimoine culturel. Quelle que soit l'ambition, 12 mois ne suffisent pas pour encourager les petits groupes d'action locale et pour mieux faire connaître les zones rurales. En effet, la culture n'est pas seulement une question de musique, de poésie, de sculpture, mais de valeurs européennes telles que celles portées par les populations rurales, les paysages sculptés par les coutumes régionales et les conditions climatiques, la démocratie participative, etc.



Le patrimoine culturel est un moteur économique et ajoute de la valeur aux économies rurales - qui sont menacées par la perte de population, la perte de biodiversité et la concurrence mondiale. Le plus grand défi est de se rappeler que chaque année, il y a une nouvelle génération de citoyens qu'il faut encourager à voir le potentiel des économies rurales. Les économies rurales ne sont pas stables à l'heure actuelle, comme en témoignent le déclin des services ruraux, le prix du logement et l'offre de transport. Le budget de l'UE doit être adapté aux zones rurales et il faut veiller à ce que le patrimoine culturel soit une priorité transversale. Il y a un besoin de soutien dans les zones rurales dans de nombreux domaines : entrepreneuriat, marketing, formation, ... Les communautés doivent être inclusives de cette manière et utiliser le patrimoine culturel pour améliorer le bien-être, même après la fin de l'AEPC en 2018. En conclusion, Tom Jones a lu le poème suivant qu'il a écrit :



## SESSION 2 : COMMENT MIEUX VALORISER A LA FOIS LE PATRIMOINE CULTUREL ET NATUREL EN MONTAGNE ?

« Patrimoine culturel et naturel : une opportunité de développement. Etudes de cas dans les zones désignées UNESCO », Andrea Porta, Chercheur, Fondation Santagata (CSS-EBLA)

Andrea Porta a expliqué comment il existe une relation globale entre les gens et leur environnement, basée sur l'expérience de la Réserve de biosphère transfrontalière de Monviso.

La Réserve de biosphère de Monviso est basée sur le programme " L'homme et la biosphère " de l'UNESCO. L'idée repose sur l'utilisation durable et la conservation des ressources de la biosphère et sur l'amélioration de la relation globale entre les populations et leur environnement. Ce programme sur la biosphère comporte trois volets principaux :

- Conservation : protection des ressources, des écosystèmes et des paysages autochtones pour la conservation de la diversité biologique et culturelle du monde.
- Développement : il combine les préoccupations de conservation et l'utilisation durable des ressources grâce à une coopération étroite avec les communautés locales, en tirant parti des connaissances traditionnelles, des produits locaux et d'une gestion appropriée des terres.
- Soutien logistique : Les réserves de biosphère sont reliées par un réseau mondial ; elles fournissent des installations pour la recherche, la surveillance, l'éducation et la formation au niveau local ainsi que pour la recherche comparative et les programmes de surveillance au niveau international.

Actuellement, il y a 686 réserves de biosphère dans le monde, dont 40 % se trouvent dans des régions montagneuses.

La Réserve de biosphère transfrontalière de Monviso est située entre l'Italie et la France, c'est un territoire complexe où 85% des municipalités ont moins de 5.000 habitants et qui comprend trois sites UNESCO. Cette réserve de biosphère a établi un plan de gestion. Les deux premières étapes de ce plan ont été l'analyse du contexte et des priorités qui ont émergé lors des phases de mise en candidature, puis l'analyse des meilleures pratiques territoriales. Ces étapes sont particulièrement importantes pour évaluer correctement le territoire, y compris ses caractéristiques culturelles et économiques.

Par exemple, dans le cas du Monviso, 40% des entreprises travaillant dans l'agritourisme ou le tourisme, le patrimoine culturel ou l'artisanat utilisent les ressources naturelles et culturelles. Mais cette première analyse n'était pas suffisante pour savoir si ces entreprises étaient durables pour la gestion de la Biosphère. Ainsi, l'identification d'expériences susceptibles de servir d'exemples pour le développement futur de la Réserve de biosphère était particulièrement pertinente, en particulier pour les exemples liés aux musées et aux sites culturels, aux arts et métiers d'art, à l'agriculture, à l'environnement et aux paysages, à l'énergie durable, à l'hébergement et aux manifestations touristiques.

L'analyse de leur durabilité reposait sur différents critères, dont la durabilité environnementale, le développement économique inclusif et l'innovation. Ils ont identifié 150 pratiques exemplaires parmi les 800 exemples analysés, et il est intéressant de noter que ces exemples ont été concentrés sur certaines municipalités.



Cependant, une fois cette étude terminée, aucune mesure n'a été prise entre 2015 et 2018. L'étincelle est venue d'une expérience ascendante avec les jeunes. En effet, sur proposition de l'UNESCO, ils ont développé un camp de jeunes pour 20 jeunes Français et Italiens qui ont passé 5 jours à travailler pour créer un nouveau réseau de personnes intéressées par le développement de la région du Monviso. Ces jeunes de 15 à 18 ans ont mis en œuvre des actions telles que le développement de réseaux sociaux ou la création de projets transfrontaliers. Ces camps de jeunes étaient le moyen de donner un début et une vie simples et positifs à ces plans de gestion de la biosphère, en utilisant l'énergie de leurs jeunes.

« **Les moyens de préserver et de capitaliser le patrimoine culturel de montagne en Roumanie à travers la préservation muséale en plein air et la créativité dans un esprit moderne** », Corneliu Bucur, Professeur à l'Académie des Arts traditionnels de Roumanie.



La mise en valeur du patrimoine naturel et culturel a changé depuis plusieurs années comme l'a expliqué le **Prof. Corneliu Bucur**. En prenant l'exemple de la Roumanie, il a expliqué les transformations effectuées dans cette valorisation. Dans les années 1950, une vision traditionnelle prédominait où les collections devaient être systématiquement exposées avec pour objectif de former une conscience identitaire à travers les valeurs du patrimoine culturel.

Dans les années 1980, la mise en place du premier musée de l'histoire de la civilisation populaire roumaine, le musée Astra, a permis de reconstituer un processus historique évolutif de la civilisation roumaine, à travers des expositions de plein-air et d'intérieur. En alliant conservatisme et progressisme, traditionalisme et modernité, mais aussi ruralité et urbanité, ce musée de plein-air a permis d'aborder le patrimoine naturel et culturel sous un nouveau jour.

Dans les années 2000, avec la mise en place du complexe national des musées Astra, l'évolution a continué vers la représentation et la mise en valeur intégrée de toutes les catégories du patrimoine culturel afin de le sauvegarder et de la transmettre aux générations futures, afin d'assurer un développement durable aux communautés. Cette transformation a permis de passer à une idée d'un musée visant, dynamique, qui s'inscrit dans un espace polyvalent à la fois centre de recherche scientifique, atelier de création artisanale, mais aussi espace commercial pour les créations originales d'art populaire, école, ambassade culturelle, scène nationale de spectacles folkloriques. Cette transformation permet au musée de devenir véritable vivant et d'être une source vitale de développement durable de la société locale.

« **Comment le théâtre social et communautaire peut-il aider à redécouvrir le patrimoine naturel et culturel ? Projet TERRACT** », Alberto Pagliarino, Acteur, Centre de théâtre social et communautaire, COREP

**Alberto Pagliarino** a expliqué que le projet TERRACT, d'une durée de trois ans, visait à promouvoir le patrimoine culturel et naturel entre la France et l'Italie, sur la base de la méthodologie du théâtre social et communautaire. Cette méthodologie repose sur l'implication des citoyens, en particulier des jeunes.



Habituellement, au théâtre, la communauté est dans le noir et non sur scène. Mais avec TERRACT, l'objectif est de développer une autre idée du théâtre où les acteurs sont des professionnels, mais qui travaillent avec les communautés et leurs territoires. Ainsi, chaque personne peut devenir un défenseur du patrimoine naturel et culturel dans son milieu de vie, tout comme chacun peut être un acteur de la communauté. Déjà 325 associations, 55 municipalités et 5 universités ont été impliquées au cours de la dernière année.



*Alberto Pagliarino, centre de théâtre social et communautaire*

Comment fonctionne la méthodologie ? Elle est fondée sur l'autonomisation culturelle acquise au fil du temps et sur l'apprentissage mutuel entre les communautés, facilité par des artistes et des formateurs professionnels.

Tout d'abord, le projet cartographie et développe des réseaux pour se connecter avec la communauté, visiter le territoire et connaître les acteurs locaux. Ces acteurs peuvent être des associations locales, des écoles, des associations artisanales, des citoyens, des écomusées...

Ensuite, le projet implique des organisations et des personnes et tente de construire une communauté basée sur les événements culturels. Ils renforcent ensemble leurs capacités afin que ces acteurs locaux apprennent à développer des projets par eux-mêmes, sans autre soutien des acteurs professionnels.

Pour mettre en pratique ces compétences, la communauté organise un événement ouvert à tous pour tenter d'atteindre un impact social important. Très souvent, beaucoup de gens assistent à ces événements et ils y participent sur le plan émotionnel. Parmi les exemples d'événements organisés, on peut citer un stage de formation avec 30 jeunes Français et Italiens ou deux événements autour de la ligne ferroviaire et de son patrimoine culturel.

Enfin le projet évalue l'ensemble du processus et redéfinit le nouveau pour les mois à venir.

L'avantage réel de cette méthodologie est que les compétences sont développées au sein des territoires et que les jeunes professionnels travaillant sur le patrimoine culturel peuvent continuer à utiliser la méthodologie, sans aucun autre soutien de l'équipe du projet TERRACT.



*Défilé de costumes traditionnels à Vatra Dornei*





## SESSION 3 : COMMENT ETRE INNOVANT DANS L'UTILISATION DU PATRIMOINE CULTUREL DANS LES ZONES DE MONTAGNE ?

« Comment les technologies numériques peuvent-elles aider à s'engager avec le patrimoine culturel et comment peuvent-elles créer des interactions innovantes avec les publics culturels ? Les exemples des projets RICHES et REACH », Prof Neil Forbes, Chercheur, Université de Coventry

Sur la base des recherches menées dans le cadre des projets RICHES et REACH, le **professeur Forbes** a expliqué que l'impact de la technologie numérique sur les institutions du patrimoine culturel de toutes sortes stimule une transformation et un changement fondamental. La technologie numérique est perturbatrice, stimulante et limitée, mais elle est un moteur de croissance et de nouveaux modèles d'affaires. Elle représente un énorme potentiel dans la façon dont le patrimoine est conservé, mis en valeur, numérisé et partagé. La numérisation permet un dialogue beaucoup plus intense - surtout entre les institutions culturelles et le public - mais aussi entre les institutions et les organismes extérieurs, et la numérisation offre donc un énorme potentiel de co-création avec les communautés.



La technologie numérique favorise également la valorisation des identités culturelles territoriales, remodelant nos interactions avec l'environnement naturel et bâti. C'est le cas de l'alimentation, par exemple, lorsque des mouvements locaux d'alimentation « lente » tentent de relancer des pratiques de production en danger. La technologie numérique contribue à notre base de connaissances, à la transmission des compétences, à la préservation du patrimoine et à l'amélioration de la compréhension et de la tolérance entre les différents groupes socio-économiques.

Toutefois, une mise en garde s'impose : il existe un risque de marchandisation numérique du lieu, de l'image ou de l'identité, ce qui conduit à ce que l'on a appelé un effet de "disneyfication". Plus grave encore, il y a le problème de la question du degré de fiabilité, d'exactitude et d'authenticité du contenu en ligne.

La technologie numérique contribue également à renforcer la position économique des artisans dans l'économie créative, en donnant naissance à des modèles économiques innovants, dont l'impression 3D est une bonne illustration.

Les plateformes numériques sont le moyen pour les communautés de représenter, préserver, transmettre et réfléchir sur leur identité et leur patrimoine sous forme numérique afin de maintenir vivant un sentiment « d'appartenance » et de s'engager de manière critique avec le patrimoine culturel dominant. Les plates-formes numériques facilitent les liens entre les communautés pour renforcer la compréhension, créer de la cohésion en mettant l'accent sur les similitudes culturelles et favoriser les échanges culturels ; les outils numériques novateurs favorisent la sensibilisation au pluralisme culturel, en offrant de nouvelles façons de s'engager dans le patrimoine culturel ou de le découvrir. L'utilisation des ressources numériques permet d'unir le passé et le présent et de favoriser le patrimoine vivant. Cela est particulièrement important pour les jeunes générations si l'on veut préserver les traditions.



« **Projet MEMOLA : Comment l'innovation sociale et les outils TIC peuvent-ils être utilisés pour promouvoir le patrimoine culturel basé sur les agrosystèmes traditionnels** », José M<sup>re</sup> Martín Civantos, Chercheur, Université de Grenade



José M<sup>re</sup> Martín Civantos,  
Chercheur, Université de Grenade

**Prof Civantos** a partagé les résultats du projet de recherche MEMOLA, qui portait sur les paysages montagneux méditerranéens : une approche historique du patrimoine culturel fondée sur les agrosystèmes traditionnels. Le projet s'est concentré sur ces paysages socioécologiques, qui font partie du patrimoine commun et sont façonnés par les systèmes productifs et l'irrigation en raison de leur importance sociale pour la société. La mise en forme de ces paysages repose sur des savoirs locaux et traditionnels, qui peuvent s'appuyer sur des technologies complexes, mais qui reposent souvent sur un effort social et sur une stratégie productive collective. C'est le cas de la création des murs et des canaux qui caractérisent les montagnes méditerranéennes. Ces systèmes anciens sont très souvent marginalisés aujourd'hui et doivent être restaurés, non seulement pour préserver les valeurs culturelles, mais aussi pour continuer à fournir des services écosystémiques.

C'est ce qui a été fait dans le cadre du projet MEMOLA où 400 personnes ont participé à la restauration de plus de 25 km de canaux selon une approche participative. Il a eu un grand impact social, académique, politique et environnemental. Certains outils informatiques ont également commencé à être utilisés pour connecter les communautés locales isolées.

En outre, plusieurs briefings politiques ont été rédigés pour partager la réflexion suivante : le patrimoine culturel doit être vivant. Sa valorisation doit être adaptée au contexte et aux circonstances spécifiques. Elle exige bien souvent de l'empathie, de la patience et un dialogue des connaissances entre les différents acteurs. Le dialogue entre tradition et innovation devrait être encouragé, notamment pour mieux comprendre l'impact des actions. Le patrimoine culturel est donc un bon outil de transformation sociale, mais la participation de tous les acteurs doit être soigneusement intégrée dans une stratégie globale. Cela implique une réelle implication des acteurs publics, communaux mais aussi privés.



Musique traditionnelle roumaine pendant le défilé de costumes traditionnels à Vatra Dornei



« **La vie d'un berger de montagne anglais** », James Rebanks, Berger et Auteur de « Une vie de berger : l'histoire d'un homme libre et de ses chiens ».

**James Rebanks** est un berger de montagne, de la région des lacs, au Royaume-Uni. Il a partagé son expérience sur la façon dont sa région est devenue une immense attraction touristique reconnue pour la beauté de ses paysages bien que l'importance des activités humaines, y compris le pastoralisme, n'ait jamais été reconnue dans la gestion de ces paysages culturels.



Selon l'historien français Fernand Braudel, « ce qui façonne vraiment l'histoire, c'est la façon dont les gens vivent ». Ainsi, avec son livre, James Rebanks a tenté d'expliquer comment les paysages culturels sont affectés et gérés par le pastoralisme et les activités humaines et comment la gestion de sa ferme pourrait avoir un impact direct sur le patrimoine culturel et naturel, apprécié par tous ces touristes.

Il a insisté sur l'idée qu'une entreprise, comme une ferme, n'est pas seulement une question d'activités économiques mais aussi de valeurs qu'elle apporte à la société. Grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, comme les smartphones et Twitter, de belles histoires peuvent être racontées aux touristes et des valeurs peuvent être partagées.

Par conséquent, les bergers et les agriculteurs doivent être formés pour pouvoir mieux raconter et commercialiser les histoires de leurs paysages et de leurs activités et les touristes doivent être en mesure de mieux reconnaître cette valeur ajoutée. Une partie des revenus générés par les touristes devrait également revenir à ces acteurs locaux sur le terrain car, sans eux, les paysages seraient totalement différents.

La vision romantique des zones de montagne doit être évitée et les activités qui façonnent ces paysages doivent donc être mieux reconnues et valorisées. Les zones de montagne ne sont pas obsolètes, elles restent pertinentes. Les montagnards doivent être défendus et doivent résister pour conserver leurs valeurs et traditions tout en gérant de manière plus moderne les conséquences sociales, économiques et environnementales du tourisme.

**Déclaration sur la stratégie d'Euromontana pour une meilleure utilisation du patrimoine culturel dans les zones de montagne et vidéo sur les messages clés à ramener chez soi** par Juanan Gutierrez, Président d'Euromontana et Marie Clotteau, Directrice d'Euromontana

Le Président d'Euromontana, **Juanan Gutierrez** et sa Directrice, **Marie Clotteau**, ont lu une [déclaration commune](#) intitulée « Patrimoine culturel : un atout ancré dans le territoire synonyme d'attractivité et d'avenir pour nos montagnes » avant son approbation par le public.

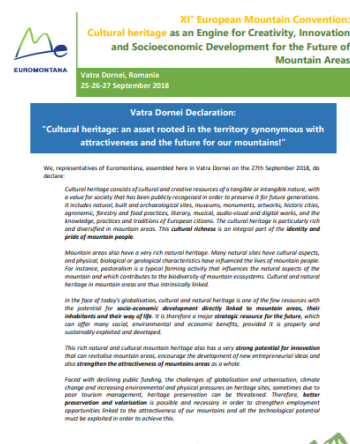
Les participants appellent les institutions européennes, nationales et régionales à **mieux reconnaître le patrimoine culturel et naturel de cette montagne**, y compris en cette Année européenne du patrimoine culturel. Ils appellent au maintien d'un **niveau de financement adéquat** pour ce patrimoine montagnard et à mieux préserver et valoriser cette ressource spécifique qui représente une source d'emplois, y compris dans les zones de montagne reculées.



L'innovation doit être au cœur du développement de demain, que ce soit en réunissant la recherche et les acteurs sur le terrain ou en partageant mieux les innovations technologiques, telles que les visualisations ou les impressions en 3 dimensions, en les rendant plus accessibles, y compris pour les petites structures entrepreneuriales.

Le développement d'une approche plus moderne et innovante du patrimoine culturel contribue également au développement de **nouveaux Smart Villages** (Villages Intelligents) et à la revitalisation de nos zones de montagne, tant par le développement d'infrastructures numériques appropriées que par l'innovation sociale.

Enfin, le patrimoine culturel de montagne doit servir à  **rapprocher les peuples**, que ce soit comme facteur d'intégration et d'attractivité pour l'accueil de nouveaux habitants ; pour rapprocher les peuples des zones urbaines et rurales par une meilleure connaissance et un meilleur partage du patrimoine culturel de montagne ou par le dialogue intergénérationnel.



« **Mots de remerciement** », Danut Gitan, Directeur d'AZM

Après avoir remercié tous les organisateurs et les participants, **Danut Gitan** a clôturé officiellement ces XIe Assises européennes de la montagne et a invité les participants à participer aux XIIe Assises européennes de la montagne à l'automne 2020 en Calabre, en Italie.

## Euromontana remercie ses membres et ses soutiens pour leur participation active à l'organisation de ces XI Assises Européennes de la Montagne





Vatra Dornei, Roumanie







# XI Assises Européennes de la Montagne

**Le patrimoine culturel** comme moteur  
de créativité, d'innovation et de  
développement socio-économique  
pour l'avenir des zones de montagne

Vatra Dornei, Roumanie  
25-26-27 septembre 2018

## COMMENT LE PATRIMOINE CULTUREL PEUT-IL ETRE UN ATOUT POUR LE DEVELOPPEMENT SOCIO-ECONOMIQUE DES ZONES DE MONTAGNE ? PARTAGE DES BONNES PRATIQUES

---

|   |   |    |
|---|---|----|
|  | Gestion du territoire et paysages culturels.....  | 2  |
|  | Milieux ruraux et urbains : renforcer les liens.....  | 4  |
|  | Une culture d'accueil.....  | 7  |
|  | Authenticité et qualité : promouvoir les chaînes de valeur.....   | 9  |
|  | Dialogue intergénérationnel : transmission du patrimoine culturel pour créer des<br>opportunités futures..... | 11 |
|  | Tourisme : créer des synergies entre opérateurs touristiques et patrimoine culturel.....                      | 13 |

## ATELIER SUR LA GESTION DES TERRES ET DES PAYSAGES CULTURELS

L'atelier a abordé les questions de l'entretien des paysages culturels, de la gestion commune des forêts et bois, de la fourniture de services écosystémiques (culturels) et de la préservation du pastoralisme.

MODERATEUR : ENRICO CALVO, ERSAF – LES RESUMES DES INITIATIVES SE TROUVENT [ICI](#)

Initiative 1 : **Système de production du sel d'Añana au Pays Basque**, Andoni Erkiaga, Directeur de la Fondation de la vallée de Salado

Initiative 2 : **Adopte un olivier avec ton portable à Oliete et revitalise le sol agricole**, Alberto Alfonso Pordomingo, Cofondateur de l'association pour la récupération des oliviers abandonnés d'Oliete

### LEÇONS PRINCIPALES APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

Une approche économique est nécessaire, dans la mesure du possible, mais accompagnée de produits et d'objectifs innovants (tourisme, produits de beauté, etc.). En effet, l'exemple du système de **production de sel d'Añana** a prouvé qu'un système de production vieux de 7000 ans pouvait être exploité de manière durable grâce au développement innovant d'activités touristiques et d'équipements de formation.

L'implication de la société civile dans des actions de sensibilisation et de participation active offre des opportunités importantes pour la conservation du patrimoine culturel, bien illustrée par le système de **parrainage des oliviers mis en place à Oliete** pour éviter de perdre un système de production centenaire à forte valeur ajoutée.

Les discussions qui ont eu lieu au cours de l'atelier ont souligné :

- La nécessité d'un lien plus fort dans la politique agricole commune de l'UE entre l'agriculture et le patrimoine culturel d'un territoire ;
- L'importance d'identifier les ressources du territoire, de définir leur potentiel et de les exploiter durablement à travers des stratégies nationales, régionales et locales, avec des plans d'action spécifiques;
- L'urgence d'une approche transversale entre les politiques et les fonds, et l'intégration de différentes actions, pour exprimer la dimension multifonctionnelle du patrimoine culturel ;
- Les opportunités offertes par l'évaluation territoriale du potentiel des labels pour les produits locaux (pas seulement agroalimentaires) et de l'échelle la plus adaptée pour mieux valoriser les produits de montagne sur le marché
- Le besoin d'innovation, à partir des biotechnologies, pour développer le potentiel économique avec les ressources environnementales.



## 5 MESSAGES CLES DE LA DISCUSSION

1. Agriculture et patrimoine culturel : les agriculteurs sauvegardent et prennent soin du patrimoine culturel des territoires, mais leurs services ne sont pas suffisamment reconnus par les décideurs politiques.
2. Les ressources du patrimoine culturel doivent être identifiées et reconnues
3. Le patrimoine culturel doit être une thématique transversale et sa multifonctionnalité doit être reconnue aux niveaux local, régional, national et européen.
4. Il est important de concilier le patrimoine et l'innovation en sachant comment introduire dans la gestion économique de nouveaux processus capables de construire sur les paysages culturels et de créer du patrimoine.
5. La créativité est essentielle pour imaginer de nouvelles solutions aux nouvelles dimensions de la société, en termes de produits, de services, de cibles et de communication. Imaginer une nouvelle vision de l'avenir.

## ACTIONS POUR EUROMONTANA

- Poursuivre l'action de lobbying pour inclure la gestion intégrée du patrimoine culturel des zones de montagne dans les stratégies et plans d'action à tous les niveaux
- Identifier et collecter les bonnes pratiques en matière de :
  - La sauvegarde et la valorisation des savoirs locaux
  - Stratégies et plans d'action régionaux et locaux
  - Promotion des produits de montagne (y compris les produits non alimentaires)
- Une idée de projet : valoriser et soutenir la transformation locale des productions locales

## ATELIER SUR LES MILIEUX RURAUX ET URBAINS : RENFORCER LES LIENS

L'atelier avait pour but d'explorer les liens entre zones rurales et urbaines en essayant de souligner comment le patrimoine culturel peut être utilisé et partagé avec les gens et les communautés vivant au-delà des zones de montagne

MODERATEUR : TOR ARNESEN, CHERCHEUR, INSTITUT DE RECHERCHE DE LA NORVEGE DE L'EST – LES RESUMES DES INITIATIVES SONT DISPONIBLES [ICI](#)

Initiative 1 : **NIREA : promouvoir la reconexion entre les sociétés urbaines et rurales**, Jone Fernandez, Chargée de prospective et des relations européennes, HAZI

Initiative 2 : **Ecole d'été de Mosh Pupaza : un modèle pour partager la créativité culturelle du Nord de la Roumanie**, Maria and Petrica Codrea

### LEÇONS PRINCIPALES APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

Le **programme NIREA** est un partenariat public-privé dont l'objectif ultime est de contribuer à stimuler le secteur primaire et à régénérer les zones rurales et côtières, dont les principaux acteurs sont les populations du secteur primaire et les zones rurales et côtières du Pays Basque. Avec sa devise, "Si vous le faites vôtre, vous le faites plus nôtre", NIREA a réussi à développer différentes initiatives concrètes pour engager les producteurs ruraux tels qu'un label NIREA sur les produits participants, le développement de fermes ouvertes, un espace plus visible pour les producteurs ruraux pour vendre leurs produits sur le marché de Bilbao, une promotion de la consommation du lait avec un toast au lait.



L'école d'été « **Mosh Pupaza** » a été fondée comme projet pédagogique pour enseigner et transmettre les traditions ancestrales et pour encourager l'exploration de la vie quotidienne du village traditionnel. Les participants de tous âges, adultes, familles, touristes roumains et étrangers, étudiants et jeunes professionnels, vivent et apprennent avec les villageois pendant une semaine. Pendant ce temps, ils apprennent la vie des villages et l'artisanat populaire traditionnel. L'école d'été donne aux participants l'occasion d'échanger avec les communautés locales et d'acquérir des connaissances sur l'artisanat populaire, la musique, la danse ou la peinture des femmes et des hommes, entre autres. De plus, les participants font l'expérience d'une vie rurale authentique, des aspects religieux à la vie de tous les jours, ils participent au travail quotidien de la famille paysanne, apprennent et participent à des danses et fêtes traditionnelles. C'est l'une des façons de préserver le patrimoine culturel du département de Maramures.



### 5 MESSAGES CLES DE LA DISCUSSION

1. Les participants ont insisté sur la nécessité de **penser dans les deux sens - rural ↔ urbain** :
  - **Comment les marchandises pourraient-elles être les ambassadeurs des régions / zones rurales ?** Et donc être vendus dans les supermarchés par exemple dans les villes, étant



donné le site d'origine, ou la traçabilité, est fournie aux consommateurs. Il s'agit de la manière dont les zones rurales / l'économie rurale, selon les chaînes de valeur des biens, atteignent les zones urbaines.

- **Comment les chaînes de valeur des services pourraient relier les communautés rurales et les consommateurs urbains ?**

Les citadins, par des services/activités basés sur l'assiduité tels que les visites, les activités basées sur l'expérience (visites de fermes, cours, etc.), l'adaptation à distance d'animaux d'élevage individuels, etc. pourraient acquérir des connaissances sur les zones rurales, la vie rurale et les communautés et développer leurs relations avec elles.

2. **« Expérimenter les zones et les communautés rurales »** est jugé non seulement important, mais aussi vital pour le discours urbain-rural en général, afin de développer une meilleure compréhension des valeurs, des modes et des conditions de la vie rurale :

- Nous devrions donc aider les agriculteurs, par exemple, à mieux vendre leur expérience aux citadins et à leur expliquer leur travail.
- Répondre à la demande des citadins de faire l'expérience de la vie rurale
- D'une manière plus ciblée, il semble important de mettre l'accent sur les jeunes pour les encourager à découvrir des zones rurales qu'ils ne connaissent pas nécessairement bien :
  - Favoriser les échanges non seulement au niveau européen ou international mais aussi entre lycées ou écoles d'une même région (entre jeunes urbains et ruraux).
  - Mosh Pupaza est un exemple intéressant : échanges pendant l'été avec du bois et de l'expérience de danse.

3. Les participants ont souligné que **l'alimentation était l'un des secteurs clés** pour améliorer les liens culturels entre les zones urbaines et rurales. Différentes actions pourraient être envisagées :

- Améliorer la résilience des chaînes d'approvisionnement et la promotion dans les supermarchés
- Utiliser les produits alimentaires comme ambassadeurs de la région : une condition préalable est que les produits alimentaires d'origine marquée doivent être vendus dans les villes, mais pas seulement. L'alimentation devrait également être un moyen ou un véhicule pour attirer les citadins vers les zones rurales et leur permettre de mieux comprendre les méthodes et les qualités de production, afin qu'ils puissent mieux comprendre la vie et le prix de ces produits, et donc mieux les apprécier.
- Développer des fermes ouvertes et encourager les citadins à venir (utiliser les médias sociaux/radio pour faire de la publicité)
- Approcher, inviter et utiliser les chefs cuisiniers (chefs étoilés ou chefs locaux) pour promouvoir les produits locaux.
- Les supermarchés pourraient vendre plus que des produits alimentaires, mais aussi des expériences de voyage (cours d'été et autres activités et expériences basées sur la fréquentation rurale).
- Plus largement, encourager une meilleure valorisation des produits locaux/régionaux de montagne

4. **Encourager le renforcement des liens entre les chercheurs et les acteurs locaux tels que les PME :**

- L'approche multi-acteurs est de plus en plus encouragée dans les projets de recherche, comme dans les projets Horizon 2020. Cela devrait être l'occasion de développer des liens avec la population locale dans les zones urbaines et rurales.

5. Enfin, certaines **approches horizontales** pourraient contribuer à renforcer les liens entre les zones rurales et urbaines, par exemple :
  - Unir ses forces : la coopération entre les petits acteurs peut aider à développer des événements ou des actions de plus grande envergure :
    - Accroître le soutien financier à ces initiatives
    - Soutien des autorités

## **ACTIONS POUR EUROMONTANA**

- Euromontana pourrait encourager une approche multi-acteurs plus forte dans les différents projets de l'UE auxquels elle participe en renforçant la mise en réseau des différents types d'acteurs.
- En ce qui concerne la valorisation des aliments, les différentes bonnes pratiques présentées lors d'ateliers ou d'événements précédents pourraient être mieux promues sur le site web d'Euromontana.

## ATELIER SUR LA CULTURE D'ACCUEIL

L'atelier avait pour but d'aborder les moyens d'expliquer et partager le patrimoine culturel pour accueillir de nouveaux habitants (nouveaux entrants, migrants) et l'utiliser comme facteur d'intégration

MODERATEUR : JOÃO AZEVEDO, CHERCHEUR, IPB-CIMO – LES RESUMES DES INITIATIVES SE TROUVENT [ICI](#)

Initiative 1 : **PlurAlps** : **renforcer les capacités pour un espace alpin pluraliste**, Miriam Weiss, Chercheuse, EURAC

Initiative 2 : **MigrACTION** : **Génération en mouvement**, Anna Bertola, Chargée de mission à la Municipalité de Vinadio (IT) et Coordinatrice de MigrACTION

### PRINCIPALES LEÇONS APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

Il y a différentes raisons qui poussent un individu à partir de, ou à s'installer en montagne. Dans les Alpes, par exemple, le nombre de nouveaux arrivants nationaux et internationaux a augmenté au cours des 20 dernières années.

La culture joue un rôle central dans les débats de culture d'accueil, dans l'intégration et dans la migration, tant pour les nouveaux arrivants et la population locale que pour les institutions. Le projet **PlurAlps** examine et teste comment les services et les offres d'accueil peuvent faciliter la cohabitation dans une société pluraliste. Au total, 75 initiatives d'accueil et d'intégration inspirantes ont été collectées par le projet à travers les Alpes. Des initiatives sur le patrimoine culturel matériel et immatériel peuvent contribuer à la cohésion sociale dans une société de plus en plus pluraliste.



Miriam Weiss, EURAC

Le projet **MigrACTION** développe son tourisme à partir de l'itinéraire migratoire des anciens habitants de la région. L'idée du projet était de tracer l'ancienne route migratoire, en développant un sentier de découverte, avec des éléments architecturaux et culturels remarquables du territoire, dédié aux visiteurs à pied et en vélo. Ce sentier de découverte favorise le tourisme dans les vallées de la Stura (Italie) et de l'Ubaye (France) et, en même temps, génère un développement local concret et durable. Ce développement régional permet ainsi d'attirer dans ces régions montagneuses des touristes, mais aussi des habitants anciens et nouveaux.



Anna Bertola, MigrACTION

A partir de ces deux initiatives inspirantes, les participants ont discuté de :

- L'importance d'accueillir les nouveaux arrivants dans les villages abandonnés afin de lutter contre le dépeuplement de ces zones.
- Le coût attractif de la vie en montagne qui incite de nombreuses personnes et familles à décider de venir vivre en montagne.
- Des défis pour les nouveaux arrivants et pour les communautés d'accueil créées par les mouvements migratoires vers les zones de montagne.
- Des réponses des nouveaux arrivants et des communautés d'accueil
- La nécessité de soutenir et de promouvoir en Europe des projets et des initiatives qui réussissent à connecter les nouveaux arrivants avec la culture locale, ce qui facilite et accélère l'intégration.

## 5 MESSAGES CLES DE LA DISCUSSION

1. Le patrimoine culturel est un important promoteur de l'activité économique dans certaines régions d'Europe, contribuant à stopper l'exode des populations et à attirer de nouveaux arrivants.
2. Il y a une grande diversité de raisons pour lesquelles les gens s'installent dans les zones de montagne (le faible coût de la vie par rapport aux grandes villes, la beauté des paysages, la possibilité de vivre dans de grands espaces et d'être plus proche de la nature, ...) qui doivent être traitées spécifiquement. Cela conduit à aborder des thèmes prioritaires tels que la langue et la tolérance.
3. La liberté d'expression de la diversité des cultures est une condition fondamentale du succès.
4. Il est important de conserver l'attractivité des territoires de montagne et de revaloriser la façon dont les citoyens perçoivent l'agriculture, d'accueillir les nouveaux arrivants et les nouvelles familles dans les villages à faible densité de population. Pour ce faire, il est nécessaire de continuer à promouvoir une politique de cohésion forte et des politiques de développement rural fortes qui abordent la question de l'attractivité des territoires de montagne.
5. Il est nécessaire de mieux développer et de continuer à fournir des services d'intérêt général dans les villages de montagne (école, routes, culture, logement, ...) afin de rendre ces territoires attractifs pour les nouveaux arrivants, de les mettre à l'aise et de les retenir.

## ACTIONS POUR EUROMONTANA

- Continuer à faire pression en faveur d'une politique de cohésion forte qui assure aux territoires de montagne un bon niveau de vie, car cela permettra aux nouveaux arrivants de vivre et de s'installer dans des régions éloignées et de montagne.
- Poursuivre l'action en faveur d'une meilleure attractivité des zones de montagne
- Poursuivre le travail et les actions de lobbying pour l'amélioration des services d'intérêt général afin de pouvoir accueillir correctement les nouveaux arrivants et lutter contre le dépeuplement.
- Développer ou participer plus activement à des projets qui relient les nouveaux arrivants, tels que les migrants, au patrimoine culturel des montagnes, afin de développer une culture plus accueillante dans ces régions.



Discussion des participants

## ATELIER SUR L'AUTHENTICITE ET LA QUALITE : PROMOUVOIR LES CHAINES DE VALEUR

L'atelier a présenté comment certaines caractéristiques des produits et des services fournis par les zones de montagne, telles que la qualité et l'authenticité, peuvent être soutenues pour surmonter les obstacles structurels, pour ouvrir de nouveaux marchés et introduire des innovations dans les chaînes de valeur et dans les modèles économiques.

MODERATEUR: ANNE CASTEX, DIRECTRICE DU SUACI MONTAGN'ALPES – LES RESUMES DES INITIATIVES SE TROUVENT [ICI](#)

Initiative 1 : **AlpFoodway : Préservation et valorisation de la nourriture alpine**, Cassiano Luminati, Coordinateur du projet AlpFoodWay, Polo Poschiavo

Initiative 2 : **Pyrénées Création : redonner à la laine ses lettres de noblesse**, Nadine Portail, Chargée des relations extérieures et Anne Thorby, Designer textile, Pyrénées Création

### PRINCIPALES LEÇONS APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

Le projet **AlpFoodWay** développe des approches innovantes liées aux compétences traditionnelles en lien avec le patrimoine culturel alimentaire alpin. Il développe une approche commune du patrimoine culturel alpin et de son potentiel de développement.

Le projet a pour but de mettre en place une plateforme collaborative avec des outils disponibles pour mieux valoriser le patrimoine culturel alimentaire ; mais aussi des études pour promouvoir les filières alimentaires alpines. Le projet met également en place un inventaire récapitulatif du patrimoine culturel alpin.

Le 4 octobre 2018 à Innsbruck, une charte sur le patrimoine alimentaire alpin sera lancée et lors de la conférence finale du projet dans un an, le projet souhaite déposer une candidature pour une reconnaissance officielle de l'UNESCO.

**Pyrénées Création** est une petite entreprise des Pyrénées françaises qui a réussi, avec un design moderne et des créations innovantes (chaussons, sacs, plaids et tapis), à remettre la laine des moutons pyrénéens au goût du jour. Afin de redynamiser la filière qui existait dans la région Occitanie depuis 1882, Pyrénées Création travaille avec les éleveurs afin de mieux comprendre le cycle et la qualité des tontes et de sélectionner les belles laines pouvant servir à sa production.

L'organisation insiste particulièrement sur la qualité de la laine et de ses produits avec des reconnaissances territoriales et des démarches pour des reconnaissances au niveau européen. De même, elle insiste énormément sur la transmission et l'éducation que ce soit à travers des ateliers éducatifs dans les écoles dès le plus jeune âge, à tous publics lors de foires ou encore à transmettre un savoir-faire en allant faire des rencontres avec les jeunes des lycées agricoles et des lycées d'art et de design.



### 5 MESSAGES CLÉS DE LA DISCUSSION

1. Une meilleure reconnaissance du **patrimoine culturel immatériel** est nécessaire grâce aux labellisations UNESCO par exemple ; ainsi que les liens entre filières agricoles et paysages via la reconnaissance de la FAO (surtout sur le patrimoine en danger).
2. Une meilleure **connaissance des initiatives et des bonnes pratiques** doit être facilitée à travers :
  - Un recensement des exemples de valorisation des produits de montagne

- Un recensement des initiatives gastronomiques locales ou traditionnelles
3. Afin de jouer sur l'authenticité et la qualité des produits, une **meilleure valorisation et une meilleure différenciation** sont nécessaires :
- Plusieurs voies existent pour y parvenir :
- **Allier modernité et authenticité** pour attirer des publics différents et répondre à la demande des consommateurs, se baser sur l'authenticité pour développer de nouveaux produits,
  - Différencier les produits en insistant sur le **sens du produit**, sur le rôle de la production, la notion d'équité dans répartition de la valeur tout au long de la filière (notion de prix juste au producteur), la notion d'impact sur le territoire, sur la structuration de l'ensemble de la filière, ou encore en travaillant sur des cahiers de charges sur les modes de production
  - Une valorisation de la filière locale avec une **conscientisation des consommateurs** (exemple de la basket autrichienne en laine) qui permet au consommateur d'acheter de manière consciente un produit qui a des valeurs non seulement pour lui-même mais aussi pour son environnement. De la même manière, le rôle que la production joue dans la fourniture de **services écosystémiques** peut être utilisé comme argument de vente.
  - Inciter les **jeunes agriculteurs** à diversifier et à valoriser non seulement les produits alimentaires mais aussi ceux non alimentaires.
  - S'il existe une relative bonne reconnaissance de la qualité pour les produits alimentaires (AOP / IGP / produits de montagne), le **besoin de la reconnaissance de la qualité pour les produits non alimentaires** (ex : Bois de Jura) est réel et nécessite plus de certifications reconnues et valorisables.
4. De manière plus transversale, il faut améliorer la communication en étant innovant dans les moyens de communications utilisés : caravane gastronomique itinérante, foires, expositions, réseaux sociaux, circuits gastronomiques.
5. Enfin, l'éducation et la transmission intergénérationnel du patrimoine culturel joue un rôle important pour l'avenir :
- Une éducation du consommateur est nécessaire y compris dès le plus jeune âge à travers des initiations dans les écoles par exemple
  - L'éducation du touriste pour mieux faire comprendre le prix et la valeur ajoutée du produit est nécessaire.
  - Enfin, il faut éduquer les futurs transformateurs (par exemples les lycées agricoles, d'art, les artisans) afin qu'ils puissent apprendre de nouvelles utilisations de produits parfois anciens.

## **ACTIONS POUR EUROMONTANA**

- Insister tout particulièrement sur la valorisation et la différenciation des produits alimentaires et non alimentaires.
- Essayer de faire un recensement des produits de montagne et de leur valorisation existante (sachant que de nombreuses bonnes pratiques ont déjà été partagées sur le site d'Euromontana).
- Conduire un lobby politique pour que les aides européennes, notamment le FEADER, puisse être mobiliser pour accompagner les projets de valorisation des produits, y compris pour financer l'ingénierie nécessaire à l'accompagnement de ces projets, de l'émergence à la communication, en passant par la structuration et la mise en œuvre.

## ATELIER SUR LE DIALOGUE INTERGENERATIONNEL : TRANSMISSION DU PATRIMOINE CULTUREL POUR CREER DES OPPORTUNITES FUTURES

L'atelier avait pour but d'aborder la question de la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations pour montrer comment la transmission du patrimoine culturel n'est pas seulement un moyen de parvenir à une préservation sur le long terme, mais aussi pour renforcer le dialogue intergénérationnel

MODERATEUR : LAURA GASCON, PROVINCE DE TERUEL – LES RESUMES DES INITIATIVES SE TROUVENT [ICI](#)

Initiative 1 : **YOUrALPS: Eduquer la jeunesse pour les Alpes: (re)connecter les jeunes et le patrimoine montagnard pour un future inspirant dans les Alpes**, Matej Ogrin, Président de la CIPRA Slovénie, Université de Ljubljana

Initiative 2 : **Baba Residence: Partager le patrimoine culturel pour revaloriser les villages dépeuplés en Bulgarie**, Florence Tornincasa, Chargée de communication à Euromontana

### PRINCIPALES LEÇONS APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

**YOUrALPS** relève le défi de réconcilier les jeunes avec les Alpes, de les informer et de les sensibiliser aux opportunités offertes par le patrimoine naturel et culturel alpin. Le projet promeut la création d'une structure de coopération transnationale dédiée à l'éducation en montagne qui implique les acteurs de l'éducation formelle et informelle. Le principal résultat du projet sera la mise en place d'une plate-forme web qui renforcera les échanges entre les acteurs de l'éducation à travers les Alpes et donnera aux étudiants l'accès aux contenus éducatifs et aux outils pédagogiques partagés. Il en résultera la création d'un modèle d'école alpine.



**Baba Residence** est une initiative qui réunit des jeunes et des personnes âgées vivant dans des villages reculés et à faible densité de population en Bulgarie. Les jeunes participants passent un mois à vivre la vie quotidienne de leur communauté d'accueil et à apprendre le patrimoine culturel d'un village de montagne. Le projet vise à établir un véritable échange de connaissances et de soins, où un lien vivant entre les générations est créé. L'interaction avec les personnes âgées donne une connaissance inestimable de l'histoire et des traditions bulgares, qui pourraient bientôt se perdre à jamais.



Après la présentation de ces initiatives, les participants ont discuté des points suivants :

- La communication physique est importante pour créer un dialogue intergénérationnel
- Les échanges physiques et les rencontres sont le meilleur moyen de créer un dialogue et de partager entre les générations.
- La montagne doit être présentée aux jeunes générations, de la manière dont elles la comprennent et la ressentent. Par exemple, les informations sur les zones de montagne et leurs possibilités devraient être présentées par le biais des canaux de communication utilisés par les jeunes (comme les médias sociaux, par exemple).
- Certains jeunes citoyens semblent intéressés à passer plus de temps dans les zones rurales et en dehors des villes.

- Les habitants des zones de montagne sont désireux de partager le patrimoine culturel de leur territoire avec les jeunes générations ou les citadins.

## 5 MESSAGES CLES DE LA DISCUSSION

1. Le patrimoine culturel est un marché de niche ouvert à de nombreuses opportunités économiques pour les générations futures, y compris des emplois dans le tourisme ou l'artisanat traditionnel.
2. Le patrimoine culturel peut être attrayant pour les jeunes et peut être considéré comme une ressource que les générations plus âgées connaissent bien et peuvent partager avec les autres.
3. Pour promouvoir le patrimoine culturel, il est nécessaire d'échanger entre les différentes générations. L'organisation d'événements et de rencontres entre communautés permet aux gens de mieux se comprendre et d'apprendre les uns des autres.
4. Il est nécessaire d'aider les institutions (les pouvoirs publics en particulier) à modifier leur manière d'agir et de voir les jeunes générations. Les institutions publiques ne sont pas bien préparées à communiquer efficacement avec les jeunes qui souhaitent être actifs dans la valorisation et/ou la promotion du patrimoine culturel et plus largement de leurs communautés.
5. La montagne doit être considérée comme un laboratoire vivant. Dans les territoires de montagne, il existe de nombreux patrimoines culturels matériels et immatériels qui peuvent être enseignés, appris et qui peuvent être source de discussions et d'échanges entre générations et entre communautés, entre communautés rurales et urbaines par exemple. Il est important de considérer le patrimoine montagnard comme un outil qui peut être partagé et transféré aux autres

## ACTIONS POUR EUROMONTANA

- Continuer à promouvoir et à diffuser des initiatives qui montrent comment les jeunes et les personnes âgées peuvent partager et apprendre les uns des autres sur leur propre patrimoine culturel.
- Identifier et collecter des bonnes pratiques (transférables) sur l'importance de créer des échanges physiques entre communautés et entre générations.
- Promouvoir et valoriser la communication rurale et urbaine en termes de dialogue intergénérationnel



## ATELIER TOURISME : CREER DES SYNERGIES ENTRE OPERATEURS TOURISTIQUES ET PATRIMOINE CULTUREL

L'atelier a présenté des exemples innovants qui illustrent la valorisation et la promotion du patrimoine culturel par le secteur touristique ; le rôle du patrimoine culturel pour la réalisation d'une offre touristique quatre saisons ; des moyens de créer des synergies entre acteurs touristiques et les différents acteurs impliqués dans la promotion du patrimoine culturel.

MODERATEUR : MARIO GRILLO, AGRICULTEUR, CIA – LES RESUMES DES INITIATIVES SONT DISPONIBLES [ICI](#)

Initiative 1 : **Parc climatique Mimisbrunnr en Norvège**, Dag Inge Bakke, interprète de la nature, Centre Norvégien pour la Montagne

Initiative 2 : **SHAPE : Zones de patrimoine durable : Partenariats pour l'écotourisme**, Ros Bryce, Chercheuse, Université des Highlands and Islands

### LEÇONS PRINCIPALES APPRISSES DES DEUX INITIATIVES

Les initiatives présentées ont attiré l'attention sur l'importance des partenariats dans le développement d'une destination touristique - partenariats entre opérateurs professionnels, producteurs locaux, hôteliers, décideurs locaux et universitaires. Les partenariats ont le double avantage de réunir des personnes d'horizons différents pour élaborer une idée créative et d'assurer certains avantages économiques à l'ensemble de la communauté locale.



De plus, et c'est le plus important, les deux initiatives insistaient sur la narration d'une histoire liée à une destination. Quelle que soit la manière dont le patrimoine culturel est valorisé (musées, sentiers, événements, etc.), l'important est de relier les atouts et les paysages locaux aux activités touristiques pour engager les touristes et les encourager à rester plus longtemps.

### 4 MESSAGES CLÉS DE LA DISCUSSION

1. Des stratégies locales intégrées incluant la gestion et la cartographie du potentiel touristique sont un atout pour développer le tourisme dans une région en fonction de ce que le paysage culturel a à offrir et peuvent également contribuer à diminuer l'empreinte carbone du tourisme.
2. Il est important de communiquer sur l'histoire en plus de l'environnement bâti. Les opérateurs touristiques doivent raconter l'histoire de la destination et reconnecter les activités qu'ils proposent avec les paysages et les produits.
3. Une formation plus poussée est nécessaire pour que toutes les parties prenantes (touristes, opérateurs économiques, producteurs, décideurs politiques locaux) puissent s'engager à travers des histoires et des produits alimentaires.



4. L'innovation et la créativité apportent une valeur ajoutée à une destination touristique. L'innovation peut passer par les TIC pour rapprocher l'information du touriste ou pour lui créer une expérience inédite.

### **ACTIONS POUR EUROMONTANA**

- Échange de bonnes pratiques (stratégies et partenariats locaux, idées novatrices pour exposer le patrimoine culturel tel que le tunnel de glace, etc.)
- Développer un projet visant à former les gens au niveau local pour développer leur destination touristique.
- Diffuser l'information sur le financement public qui pourrait être utilisé pour des projets locaux de développement touristique.