

Feuille de résultats #05

CoSF Coordination NPR-
Politiques sectorielles –
économie rurale, tourisme,
espace vital

Conflits d'objectifs & potentiels de synergie: économie rurale – tourisme – espace vital

SOMMAIRE

| | | |
|-----|--|----|
| 1. | Informations sur la manifestation | 2 |
| 2. | Programme & buts | 3 |
| | Thèmes traités | 3 |
| | Buts de la cinquième séance | 3 |
| 3. | Conférence introductive: la Biosphère Entlebuch | 3 |
| | Biosphère Entlebuch: le «Wild West» de Lucerne | 3 |
| 4. | Les défis | 6 |
| 5. | Les conflits d'objectifs | 7 |
| 6. | Potentiels de synergie | 7 |
| 7. | Exemples de bonne pratique | 8 |
| | Exemples de projets dans le domaine économie rurale – tourisme – espace vital | 8 |
| 8. | Atelier pratique | 9 |
| | Tropenhaus Wolhusen | 9 |
| 9. | Suggestions de lecture | 10 |
| 10. | Remarque particulière | 11 |
| | Nouveaux thèmes pour la CoSF | 11 |

Feuille de résultats

Cette feuille de résultats correspond à un procès-verbal retravaillé et complété. Elle est censée aider les participantes et les participants de la communauté du savoir-faire à comprendre les grandes idées et les réflexions, ainsi qu'à consigner par écrit les diverses étapes du travail. Elle doit toutefois être considérée comme une partie d'un processus de travail qui n'est pas encore achevé. Toutes les pages sont donc pourvues d'un sigle «work in progress».

La feuille de résultats met à disposition à l'ensemble de la communauté du développement régional les connaissances qui ont été élaborées dans les communautés du savoir-faire. Elle s'adresse ainsi à toutes les actrices et acteurs qui oeuvrent dans le domaine du développement régional et qui s'intéressent aux thèmes traités dans les feuilles de résultats.



1. INFORMATIONS SUR LA MANIFESTATION

Communauté du savoir-faire (CoSF) «Coordination NPR-Politiques sectorielles – économie rurale, tourisme, espace vital»

Type de manifestation

Communauté du savoir-faire, 5^e séance

Lieu & date

Schützenhaus Wolhusen (LU), 7 décembre 2009

Contact

Johannes Heeb (johannes.heeb[at]regiosuisse.ch)

Participants

Kristin Bonderer, regiosuisse

Barbara Dürr, Kantonaler Bäuerinnenverband St. Gallen

Urs Emch, Ostschweiz Tourismus

Pauline Gigandet, Fondation Rurale Interjurassienne FRIJ

Ueli Grob, BAK Basel

Bernhard Imoberdorf, Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG

Stephan Käppeli, Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR

Gustav Munz, Office fédéral de l'agriculture OFAG, Développement rural

Pierre Praz, AGRIDEA, Economie et développement de l'espace rural

Bruno Schmid, RegioHER

Martin Spilker, Entlebucher Anzeiger

Maurus Stöckli, Biosphäre Entlebuch

Martin Stokar, Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Gabriel Weber, Region Glarner Hinterland-Sernftal

Christoph Wydler, Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Julia Zuberbühler, Union Suisse des Paysans

Téléchargement du document

www.regiosuisse.ch/telechargement/

Langues

Les feuilles de résultats des communautés du savoir-faire regiosuisse sont publiées en français et en allemand.

Photo de couverture

Le Tropenhaus Wolhusen («Maison tropicale») peu avant son achèvement en mars 2010. Photo: J. Heeb.



2. PROGRAMME & BUTS

Thèmes traités

- **Accueil et présentation de la méthode et forme de travail:** Les communautés du savoir-faire regio**n**uisse offrent la possibilité d'échanger et de traiter des connaissances concrètes et proches de la pratique, ainsi que des expériences et des stratégies concernant le développement régional et la Nouvelle politique régionale (NPR).
- **Phases de travail 1 & 2:** Discussion en petits groupes sur le thème conflits quant aux buts & potentiels de synergie: économie rurale – tourisme – espace vital (protection du paysage).
- **«Moment d'échanges»:** Echange de problèmes, d'expériences, d'idées, d'instruments et de méthodes.
- **«Atelier pratique»:** Visite du Tropenhaus Wolhusen en cours de construction. L'atelier pratique offre la possibilité d'analyser concrètement un projet NPR, d'en identifier les facteurs de succès, de discuter des problèmes et de répondre aux questions qui se posent.

Buts de la cinquième séance

- Identification des défis que posent les projets portant sur le domaine économie rurale – tourisme – espace vital, avec l'agrotourisme comme thème prioritaire.
- Discussion de domaines de conflits d'objectifs éventuels et des potentiels de synergie dans ce domaine.

3. CONFÉRENCE INTRODUCTIVE: LA BIOSPHÈRE ENTLÉBUCH

Biosphère Entlebuch: le «Wild West» de Lucerne

Maurus Stöckli, chef de projet et coordinateur touristique de la biosphère UNESCO de l'Entlebuch

L'Entlebuch s'étend sur les 395 km² de la vallée principale de la petite Emme entre Berne et Lucerne. La région, qui compte 17'000 habitants, est souvent qualifiée (gentiment) de Wild West de Lucerne. La conscience d'appartenir à une région spécifique avec une histoire spécifique est bien présente au sein de la population.

Les réserves de biosphère font partie du programme de l'UNESCO «Man and Biosphere» (MAB). Le but de ce programme est de développer des stratégies pour l'utilisation durable des espaces vitaux et pour la conservation de la diversité naturelle. Chaque réserve de biosphère doit montrer un modèle vécu de la manière dont les êtres humains peuvent travailler et vivre durablement.

Pour la biosphère Entlebuch, cela signifie qu'il faut organiser l'avenir de la région en mettant en place un processus commun de recherche et d'apprentissage participatif et dynamique. C'est donc en collaboration avec la population que seront développés et mis en œuvre des innovations et des projets durables en vue de développer l'Entlebuch comme espace vital, économique et de détente.

Au coeur de la réserve de biosphère UNESCO de l'Entlebuch, qui regroupe huit communes, à savoir Doppleschwand, Entlebuch, Escholzmatt, Flühli, Hasle, Marbach, Romoos et Schüpfheim, il y a interaction entre l'homme et la nature selon la stratégie de Séville (1995) du programme «MAB» et les critères définis par la Suisse (2001).

Près de 50% de la surface de l'Entlebuch se trouvent en zones protégées. Il y a 22 installations de ski et près de 900 fermes. La priorité est mise sur l'agriculture et le tourisme, ce qui recèle un certain potentiel de conflit. En effet, on relève des intérêts contradictoires, en particulier dans les domaines de la protection de la nature et des espèces, ainsi que dans les domaines du sport et des loisirs au sein de cette même nature. Ces conflits d'objectifs à définir ne peuvent être résolus qu'en travaillant tous à des solutions viables, qui permettent de distinguer ce qui est souhaitable de ce qui est faisable et qui laissent suffisamment de temps au processus pour porter ses fruits.

Les réserves de biosphère incarnent une «protection moderne du paysage et de la nature», parce que:

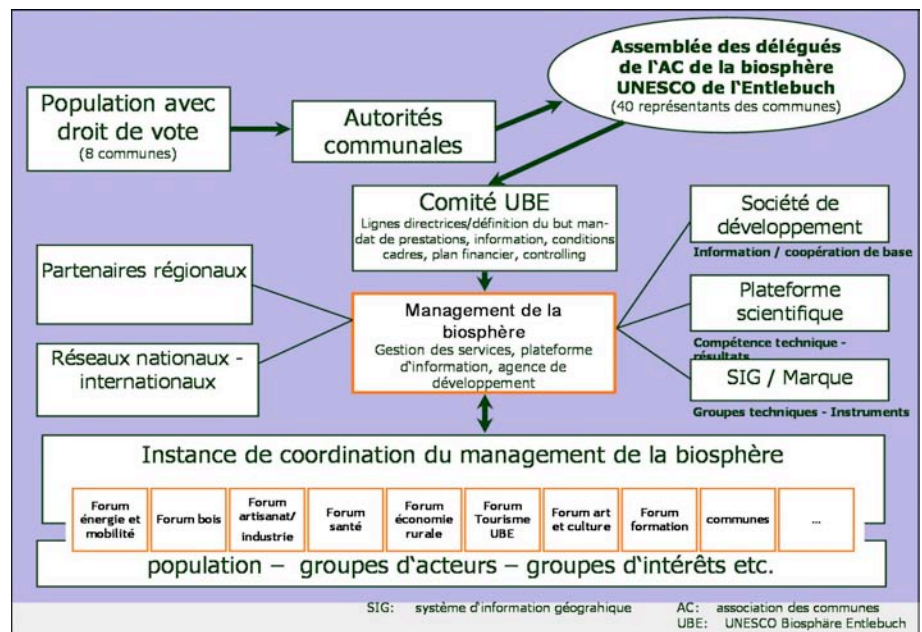
- les buts de la protection de la nature ne peuvent pas seulement être fixés pour des zones de protection isolées, mais doivent l'être pour des territoires entiers
- une protection de la nature qui ignore les intérêts d'autres milieux ne peut réussir à long terme



- une protection de la nature repliée sur elle-même ne correspond pas aux principes mondialement acceptés de la politique moderne en la matière (durabilité).

On essaie donc, dans la biosphère de l'Entlebuch, de procéder de manière participative et coopérative. Toutes les actrices et tous les acteurs sont impliqués dans le processus de structuration de l'offre. On sollicite des coopérations. La solution réside dans les formes d'utilisation qui doivent être aussi bien viables d'un point de vue économique, que respectueuses de l'environnement et socialement supportables.

Ce développement repose sur une structure de coopération bien conçue: il existe des forums pour différents domaines thématiques, forums qui se rassemblent plusieurs fois par année pour définir les priorités de leur développement. Penser de manière transsectorielle est primordial dans ce contexte. Plus on trouve en effet des points d'ancrage communs et plus il y a de coopérations et donc plus de projets soutenus en commun peuvent être développés.



Structure de coopération dans la biosphère de l'Entlebuch (source: Biosphère Entlebuch)

La collaboration au sein de forums est facultative. Les actrices et les acteurs s'impliquent dans les thèmes qui les concernent au premier chef et les forums qu'ils fréquentent leur donnent la possibilité de mettre en œuvre les idées qu'ils nourrissent pour leur région. Il est important dans ce contexte que les intérêts spécifiques des participants soient pris au sérieux et que de petits résultats positifs puissent être enregistrés dès le début.

Exemple pratique: Bike Guide Entlebuch

L'élaboration d'un Bike Guide spécifique pour l'Entlebuch est un bon exemple qui permet de montrer comment on peut travailler au sein de la biosphère. Les idées fondamentales de ce projet étaient les suivantes:

- créer une «nouvelle» offre touristique pour la région
- s'adresser aux habitants de la région et à ceux de l'extérieur
- orienter les visiteurs de manière ciblée – contourner les zones sensibles
- générer une création de valeur ajoutée
- impliquer les partenaires locaux dans le projet

Etant donné que le projet a été développé dès le début sur une base participative, il a fallu plus de temps pour le réaliser. En effet, de l'idée de base au lancement du Bike Guide, près de deux ans se sont écoulés. C'est aussi la raison pour laquelle ce projet est approuvé par tous les partenaires. Il n'en a pas moins fallu résoudre divers problèmes lors de la mise en œuvre:

- **Processus de participation:** Tous les groupes concernés ont été appelés à



participer. Les différents groupes d'intérêts (propriétaires fonciers, chasseurs, bûcherons, les itinéraires pédestres lucernois etc.) avaient évidemment des attentes différentes concernant le projet.

- **Définition des itinéraires:** Distinguer ce qui est souhaitable de ce qui est faisable. Outre l'expérience de la nature que peut vivre l'hôte, il faut également garder en tête la création de valeur ajoutée.
- **Définition des groupes cibles:** Clarifier qui profite de l'offre. A qui l'offre doit-elle être adressée? Au grand public, aux sportifs occasionnels ou aux professionnels?
- **Assurer le financement:** Le projet sera soutenu par les organisations touristiques et les communes.
- **Signalisation:** Il existe ici des directives valables sur le plan national, directives qui doivent être respectées. Il a également fallu impliquer SuisseMobile en tant que plateforme de la mobilité douce.
- **Entretien:** Le travail n'est pas pour autant terminé une fois que l'on a choisi l'itinéraire! Il faut en effet que les routes en question soient entretenues toute l'année. La question du vandalisme doit également être prise en compte dans ce contexte.

Les propriétaires terriens ne sont pas indemnisés parce que la route passe sur leurs terrains. La question d'une éventuelle indemnisation n'a jamais été soulevée par les propriétaires fonciers. Ce qui est important en revanche, c'est que l'orientation des visiteurs soit discutée avec les milieux concernés. Ainsi, les agriculteurs peuvent par exemple avoir une influence sur la définition de l'itinéraire et faire passer la clientèle par leurs fermes. L'agriculture locale peut également proposer des produits ou des prestations spécifiques, afin de générer une création de valeur ajoutée.



Exemple d'une des routes aménagées (source: Biosphäre Entlebuch)

La définition des itinéraires et le guide y relatif ont été un projet qui a demandé beaucoup de temps. Séances officielles du groupe de projet, séances avec les responsables des chemins pédestres du canton, ainsi que d'innombrables visites et entretiens téléphoniques avec des propriétaires fonciers ont été nécessaires jusqu'à ce que les neuf parcours indiqués d'une longueur d'environ 250 km soient prêts pour les cyclistes.

L'offre est très utilisée aujourd'hui, mais le travail n'est pas terminé pour autant: les itinéraires doivent en effet faire l'objet d'un entretien permanent et de nouvelles routes sont aménagées. Pour augmenter la création de valeur ajoutée dans la région, les établissements hôteliers régionaux doivent être intégrés dans le projet. Des «Bike Packages» et un label pour les Bike-Hotels sont en cours de planification.



4. LES DÉFIS

Multiplicité d'actrices et d'acteurs

Un grand nombre d'actrices et d'acteurs de différents domaines sont impliqués dans les projets de développement régionaux lancés dans le domaine économie rurale – tourisme – espace vital/protection du paysage. Il s'agit de l'administration (planification territoriale, protection du paysage, cantons, communes etc.) des actrices et des acteurs régionaux, de l'agriculture et des organisations agricoles, de l'économie forestière, de la chasse, de la protection de la nature et du paysage, du tourisme et du management des destinations. Il s'agit toujours, au début d'un projet, de rassembler toutes les parties impliquées autour d'une table.

Les défis

- **Connaissance des actrices et des acteurs et de leurs besoins:** Il arrive souvent que les actrices et les acteurs du tourisme et de l'économie rurale, d'une part, et de la protection du paysage, d'autre part, se connaissent peu et collaborent rarement ensemble. Il en résulte, de part et d'autre, un manque de compréhension pour les intérêts de chacun.
- **Compréhension du rôle de l'économie agricole:** Contribue également à cette situation le fait que les paysannes et les paysans considèrent que leur rôle réside pour l'essentiel dans la production de produits agricoles, alors que, vu de l'extérieur, on considère plutôt l'aspect entretien du paysage. A cela s'ajoute le fait que les entreprises agricoles se transforment et qu'elles proposent de plus en plus des prestations spécifiques, comme par exemple dans le domaine de l'agrotourisme.
- **Renforcer la collaboration:** Si l'on prend l'exemple de l'«agrotourisme», il s'agit en principe de clarifier si ce domaine s'intègre dans la stratégie touristique régionale et s'il y a des agricultrices et des agriculteurs qui sont intéressés à développer des offres de type agrotouristique. Il est indispensable de mettre sur pied dès le début une coopération qui s'inscrive dans une stratégie commune en matière d'agrotourisme. Ce sont en général les organisations touristiques qui connaissent le mieux les souhaits et les besoins des hôtes, tandis que les exploitations agricoles savent ce qu'elles peuvent et veulent offrir. Il serait en outre judicieux de donner à cette collaboration un ancrage institutionnel, en complétant par exemple le conseil en matière d'économie rurale avec un «conseil dans le domaine de l'agrotourisme», ou de donner plus d'importance à ce thème durant la formation elle-même. Il est important de mettre en place des formes de collaboration à long terme et de développer d'éventuels projets de manière flexible.
- **Offrir un soutien:** Pour les régions périphériques qui possèdent une certaine valeur culturelle et au niveau du paysage, l'agrotourisme peut être important tant du point de vue économique que culturel (création de valeur ajoutée et conservation du paysage culturel). Une stratégie de promotion judicieuse dans ce domaine ne devrait pas déboucher sur la transformation de toutes les exploitations agricoles en exploitations agrotouristiques, mais plutôt soutenir de manière ciblée les exploitations qui y sont intéressées. Aujourd'hui, les incitations à œuvrer dans le domaine de l'agrotourisme sont pour la plupart relativement modestes. Si l'on devait promouvoir l'agrotourisme, alors il faudrait que les conditions cadres soient plus attractives.
- **Répartir équitablement la création de valeur ajoutée:** Il faut définir dès le début quelles prestations peuvent être indemnisées dans ce contexte (p. ex.: pour l'entretien du réseau d'itinéraires cyclables dans l'Entlebuch, mais toutefois pas de dédommagement pour la simple utilisation du sol). Il convient également de prendre en considération les impacts indirects. Si, par exemple, l'agrotourisme génère davantage de valeur ajoutée dans la région, alors ce ne sont pas seulement ceux qui sont directement impliqués qui y gagnent. Les recettes supplémentaires (impôts) permettront en effet de produire des biens qui servent à la communauté entière. Ceci est justement un dédommagement supplémentaire indirect.
- **Professionnalisation dans l'agrotourisme:** Les exploitations agricoles qui pratiquent l'agrotourisme doivent assumer deux rôles simultanés: d'une part, le travail en tant que paysanne et paysan, et, d'autre part, on attend d'elles une compétence élevée dans le domaine de l'accueil d'hôtes. Il faudrait évidemment qu'il y ait ici des offres de formations spécifiques.
- **Emplois:** Il convient de souligner ici que c'est pendant la haute saison de



l'agrotourisme – c'est-à-dire les périodes chaudes de l'année – que la charge de travail est la plus importante dans l'agriculture. Le personnel auxiliaire doit pouvoir être rémunéré. Les prestations touristiques doivent donc rapporter un gain et ce le plus rapidement possible, si l'on veut qu'elles soient attractives.

5. LES CONFLITS D'OBJECTIFS

Il existe des conflits au niveau des buts dans d'autres domaines:

- **Zones protégées vs utilisation:** Il y a ici pratiquement toujours un conflit de principe. Comment et dans quelle mesure peut-on harmoniser la protection et l'utilisation? La biosphère de l'Entlebuch ne fait pas exception, puisque l'on y constate souvent des conflits en ce qui concerne l'utilisation ou l'accès à des zones protégées clairement délimitées. Une stratégie claire est toutefois suivie dans ce contexte: les zones protégées centrales doivent être effectivement protégées: le fait d'y pénétrer est punissable.
- **Entretien de l'espace culturel vs changement structurel:** Le changement structurel a pour conséquence que les terres cultivables diminuent et que les gens partent. Parallèlement, un paysage entretenu constitue une base importante pour le tourisme et redevient du même coup une base vitale.
- **Paysage culturel vs terrain à bâtir:** Le paysage culturel est certes une base importante pour le tourisme, mais l'on peut obtenir une meilleure création de valeur ajoutée à court terme avec un terrain à bâtir.
- **Exploitations agricoles vs autres groupes d'intérêts:** Les exploitations agricoles font face à une multitude d'autres actrices et acteurs, qui perçoivent l'agriculture sous un angle différent (organisations touristiques, organisations de protection de la nature et du paysage, gastronomie etc.).
- **Planification régionale vs individus:** Les offres des différents prestataires ne s'inscrivent pas toujours dans la stratégie de développement régionale.
- **Commercialiser vs ne pas commercialiser:** Se pose en principe toujours la question suivante lorsque l'on a à faire à des valeurs tirées de la nature: doivent-elles être commercialisées afin que l'on puisse avoir une création de valeur ajoutée? Ou ne doivent-elles pas être commercialisées, ce qui signifie qu'elles ne généreront aucune création de valeur ajoutée (pour leur entretien non plus)? Ce genre de valeurs doit-il être protégé ou prend-on en considération une éventuelle mise en danger (et si oui jusqu'à quel point)?

Afin d'éviter ou de résoudre les conflits concernant les buts, il faut que, dès le début du projet, toutes les actrices et les acteurs concernés soient identifiés et, dans la mesure du possible, impliqués dans le projet. Il est enfin indispensable de mettre en place une communication ouverte et une manière de travailler qui soit transparente.

Il s'agit, dans tous les conflits concernant les buts, de montrer clairement quels sont les bénéfices que l'on peut tirer des projets communs. Grâce à une étroite collaboration entre les domaines de l'agriculture, du tourisme et de la protection du paysage qui ont chacun leur manière de voir les choses, il ne peut pas seulement y avoir des conflits concernant les buts, mais également l'émergence de divers potentiels de synergies (voir également le chapitre [Potentiels](#) de synergie).

6. POTENTIELS DE SYNERGIE

Pour utiliser les potentiels de synergie dans le cadre de la collaboration entre l'économie rurale, le tourisme et l'espace vital, il faut changer d'optique et considérer systématiquement les défis vus de la perspective des autres parties. Les chances qui se présentent alors sont les suivantes:

- **Développer des offres communes:** Chaque partie peut arriver avec ses propres atouts. L'économie rurale propose des produits et des prestations et les spécialistes du tourisme fournissent le savoir suivant: ce que le marché demande, ce que les hôtes veulent et l'expertise en matière de marketing. Des projets sont ainsi lancés dans lesquels les deux parties peuvent jouer le rôle qu'elles souhaitent. Les offres peuvent être utilisées par les hôtes et une valeur ajoutée supplémentaire est créée pour les exploitations agricoles.
- **Développement du paysage culturel:** Le paysage culturel suisse, en particulier dans les Préalpes et dans les Alpes constitue une base importante pour l'attractivité de ces espaces et donc également pour le tourisme. A partir d'offres élaborées en commun par l'économie rurale, le tourisme et la protection



du paysage, naissent des projets qui misent sur le développement durable du paysage culturel et qui représentent une profession de foi en faveur du développement durable de la région.

- **Offres touristiques:** La collaboration entre l'économie rurale régionale et le tourisme peut générer des offres intéressantes pour les hôtes, des offres qui combinent les dimensions paysage, nature et culture.
- **Agrotourisme:** L'agrotourisme mise sur l'«effet terroir». L'offre de produits et de prestations provenant du «terroir» originel est considérée comme authentique et naturelle; elle ne nécessite (presque) pas de mise en scène particulière. Prenons par exemple le cas d'un hôtel: le paysage n'en sera que l'arrière-plan pour cet établissement, tandis que pour l'agrotourisme ce même paysage fera partie de l'expérience globale, ou de la sollicitation de tous les sens en même temps. L'expérience ainsi vécue est unique et intense. Ce potentiel peut être utilisé en particulier lorsque de nouvelles offres touristiques sont développées sur la base du «principe du terroir» mentionné plus haut et en coopération avec l'économie rurale et le tourisme. Les principaux arguments de vente sont les suivants:
 - proximité de la nature, expériences «vraies», animaux & nature
 - produits uniques et de grande qualité
 - simplicité
 - bon rapport prix/prestation
 - effet terroir
 - sollicitation de tous les sens

Généralité: Une meilleure coordination entre les divers instruments de promotion (en particulier la NPR vs les outils de promotion de l'OFAG selon l'article 93.1.c de la loi sur l'agriculture), y compris une connaissance mutuelle des projets existants semblent indispensables. Ceci favorise également les conditions cadres pour des projets transsectoriels.

Exemple pratique: création de valeur ajoutée à partir de l'agriculture

L'idée de base d'«Agricultura e turissem: Inavant in cumünanza» est de parvenir à une meilleure collaboration entre l'économie rurale et le tourisme. Les possibilités régionales peuvent être ainsi utilisées de manière plus conséquente, afin d'augmenter la création de valeur ajoutée, en particulier pour l'économie rurale. Le projet consiste en plusieurs projets partiels:

- Mise en place d'un réseau entre les actrices et les acteurs qui sont actifs dans le domaine de l'économie rurale et du tourisme.
- Ferme modèle régionale avec des animaux et des sortes de plantes de la région, avec possibilité d'hébergement et de restauration, salle de séminaires et offre de cours.
- Promotion de la vente de produits régionaux en collaboration avec les commerces de détail de la région.
- Elaboration d'une offre agrotouristique bien étoffée et conforme au marché, en collaboration avec le tourisme et l'économie rurale.
- Tourisme d'aventure avec priorité sur l'économie rurale et l'agriculture alpine, y compris en mettant l'accent sur l'agriculture de montagne et les prairies maigres.

Le projet jouit d'un solide appui, y compris de la part des commerces de détail régionaux et des organisations touristiques.

7. EXEMPLES DE BONNE PRATIQUE

Exemples de projets dans le domaine économie rurale – tourisme – espace vital

- **Parcs naturels – p. ex. parc naturel de Thal:** Le parc naturel de Thal englobe le territoire du district soleurois comprenant neuf communes sur une surface de 139 km². Cette vaste zone de forêts et de prés du parc naturel est un espace vital pour diverses espèces animales et végétales rares et menacées. Grâce à la zone protégée du Jura et à d'autres espaces naturels protégés, le paysage culturel de Thal a pu être préservé des attaques majeures. Le parc naturel contribue à conserver les particularités du territoire du point de vue de la nature, du paysage et de la culture. Il promeut parallèlement le développement durable de l'économie régionale.

Voir à ce propos: www.naturparkthal.ch/.



- Autres projets de ce type:
 - Parc Jurassien-Vaudois (VD), voir www.parc-jurassien.ch/.
 - Parc régional Chasseral (BE) voir www.parcchasseral.ch/.
 - Parc Ela (GR), voir www.parc-ela.ch/.
- **Parc du Binntal (VS):** Le Binntal est un paysage d'importance nationale. En 1964 déjà, la commune de Binn avait conclu avec Pro Natura et le SAC un contrat de protection de 100 ans pour le Binntal. En 2004, cette même commune de Binn lançait avec les communes voisines de Ausserbinn, Ernen et Grenchols un projet de parc naturel régional dans le cadre de Regio Plus.
| Voir également: www.landschaftspark-binntal.ch/.
- **Center da Capricorns:** Le Center da Capricorns à Wergenstein (GR) est un projet de réseau pour le développement durable au niveau régional et suprarégional de l'espace rural dans les régions de montagne. Le projet du Schamserberg remet au centre l'infrastructure existante, l'Hotel Piz Vizàn et le thème du bouquetin. Le Center da Capricorns offre une plateforme d'innovation et d'information sur des thèmes importants pour les régions rurales du canton des Grisons, à savoir: l'économie rurale, la chasse, le paysage, la nature et la culture.
| Voir également: www.capricorns.ch/center.html/.
- **Pro Brontallo:** L'association Pro Brontallo a été fondée en 1997. Elle promeut la conservation des biens naturels et culturels locaux dans la Valle Lavizzara (TI). Les principaux buts sont la mise en valeur de l'espace rural de Brontallo et la vie sociale locale, ainsi que la promotion du tourisme régional.
| Voir également: www.brontallo.com/.
- **Center Sursilvan d'Agricoltura:** En tant qu'association, le Center Sursilvan d'Agricoltura mise sur les valeurs comme la durabilité, la qualité et la régionalité et promeut le dialogue direct avec l'artisanat, le tourisme et l'économie rurale. Le Center Sursilvan d'Agricoltura sert de plaque tournante pour la vente de spécialités régionales provenant de Surselva. Les valeurs des produits de montagne biologiques et les idées de produits orientés vers la durabilité sont au centre des préoccupations.
| Voir également: www.agricultura.ch/.

8. ATELIER PRATIQUE

Tropenhaus Wolhusen

En 1987, le canton de Lucerne était le premier canton de Suisse à ancrer dans la loi la nécessité d'utiliser la chaleur résiduelle. Une réponse novatrice à cette loi était le projet pilote Tropenhaus Ruswil (canton de Lucerne) avec une surface totale de 1500 m² dont l'exploitation a commencé en 1999. Ce centre utilisait la chaleur résiduelle de la station de compression de gaz de la société Transigas AG, sise à Ruswil.

Ce projet a bénéficié du solide soutien financier de la promotion économique régionale Regio Plus et a été réalisé en 1999. Les premières impulsions visant à promouvoir l'économie régionale ont ainsi d'ores et déjà porté leurs fruits. Le projet modèle et de développement qui a duré 10 ans a prouvé que la «chaleur résiduelle provenant de déchets» pouvait être utilisée en Suisse pour produire durablement des produits tropicaux. La production est assurée pendant toute l'année. Les produits tropicaux peuvent en effet également être récoltés en hiver, et ce sans perdre de leur qualité. La production locale permet évidemment d'économiser sur les coûts de transport, très lourds pour l'environnement, et d'exploiter intelligemment le potentiel de développement régional.

Le Tropenhaus Ruswil s'est entretemps fait connaître bien au-delà de la région et est devenu une véritable attraction touristique. Le projet a attiré en effet chaque année quelque 10'000 visiteuses et visiteurs dans les «Tropiques de Suisse centrale». De l'avis de l'exploitant, cette expérience a par ailleurs généré un grand intérêt pour d'autres offres de ce type. Le Tropenhaus Ruswil n'a toutefois pas été en mesure de combler cette lacune du marché, ce pour des raisons de technique de production et de sécurité. Un nouveau projet qui viendra compléter le Tropenhaus Ruswil sur le sol de la commune de Wolhusen doit permettre de valoriser ce potentiel au niveau de la demande.

C'est ainsi qu'a surgi le Tropenhaus Wolhusen et a ouvert ses portes en mars 2010. La surface servant à la production couvre quelque 5300 m² et 2800 m² sont réservés à l'espace visiteurs.



Les installations serviront à la production de fruits et de légumes, avec laquelle on a fait de bonnes expériences durant les neuf ans qu'a duré la phase de projet: papayes, bananes gourmet, goyaves et caramboles. La fumure des plantes de culture permet en outre l'élevage intégré de poissons, comme le Tilapia, très bon à consommer et qui entre désormais tout naturellement dans la gastronomie du centre.

Dans la partie qui leur est réservée, les visiteurs peuvent admirer une multitude de plantes tropicales. Ils peuvent en outre s'informer plus en détail et les voir de près dans des salles d'expositions ad hoc où sont traités de nombreux thèmes autour de la culture de plantes tropicales. Ces mêmes produits peuvent ensuite être dégustés dans le restaurant maison. En outre, le Tropenhaus propose au visiteur un programme culturel. L'architecture extraordinaire et une organisation généreuse des expositions contribuent enfin à faire d'une visite de ce Tropenhaus un véritable événement.

Le Tropenhaus Wolhusen aussi bien que le Tropenhaus de Frutigen ont trouvé en Coop Suisse, principal investisseur et partenaire stratégique, un solide partenaire économique. On a créé ainsi un lien entre une production de niche novatrice et un gros distributeur, ce qui a permis dans la foulée de faire avancer l'idée du Tropenhaus au sein de la population suisse. Le Tropenhaus Wolhusen bénéficiera en outre du soutien de partenaires comme WWF Suisse, easyTherm AG, Caritas, Remei AG et The Body Shop.

Voir également : www.tropenhaus-wolhusen.ch/.



Le Tropenhaus Wolhusen peu avant son inauguration en mars 2010.

9. SUGGESTIONS DE LECTURE

- www.wsl.ch/land/leisure/
Ce site de l'Institut de recherches sur la forêt, la neige et le paysage WSL présente divers projets de recherche en cours dans le domaine paysage – loisirs – tourisme, dont des projets qui se penchent sur des conflits.
- www.netzwerk-land.at/umwelt/kulturlandschaftspreis-2010
Profitant de l'année internationale de la diversité biologique, le «Netzwerk Land» a mis au concours le prix du paysage culturel 2010 pour les surfaces exploitées ou les actions en Autriche. Le concours est censé montrer l'importance du paysage culturel pour la biodiversité et souligner le rôle des actrices et des acteurs qui y sont impliqués. Voilà une approche novatrice de la protection des paysages culturels particulièrement intéressants.
- www.gr.ch/ ou www.berggebiete.ch/
L'Office de l'agriculture et de géoinformation, l'Office du développement



territorial et le LBBZ Plantahof ont élaboré ensemble le guide «Agrotourismus in Graubünden – Rahmenbedingungen und Möglichkeiten».

- www.museenland-gr.ch/

Le guide des musées et du tourisme «Erlebnisse und Tourismusangebote schaffen» s'adresse aux directrices et directeurs de petits et moyens musées et a pour but d'inciter au développement d'offres muséales spécifiques pour le groupe cible «vacanciers». Le guide a été élaboré en collaboration avec le bureau du tourisme et du développement durable à Wergenstein (GR).

10. REMARQUE PARTICULIÈRE

Nouveaux thèmes pour la CoSF

Lors de la prochaine séance du 12 mai 2010, nous définirons de nouveaux thèmes pour la communauté du savoir-faire «Economie rurale – Tourisme – Espace vital» et discuterons le cas échéant d'une extension du thème de base à d'autres politiques sectorielles.

