



PADIMA

Politiques de lutte contre le Dépeuplement en Zone de Montagne

Lettre d'information n°3, Juin 2012

Dans ce numéro :

Le Projet PADIMA	1
Approche méthodologique à la diversification économique	2
L'économie de montagne est-elle assez diversifiée ? Si elle ne l'est pas, devrait-elle l'être ?	3
Quelques faits concernant l'économie des zones objet de l'étude	4
Focus sur les bonnes pratiques PADIMA en matière de diversification économique	5
Principales recommandations politiques à l'attention des décideurs	6
Conclusion	7
Nouvelles de l'UE : les outils de demain à la ressource de la fibre entrepreneuriale	8
Nos évènements à venir	8



Le Projet PADIMA

PADIMA est un projet INTERREG IVC innovateur souhaitant mettre en valeur le capital humain en zone de montagne, dans le but d'échanger des bonnes pratiques dans la lutte contre le dépeuplement des zones de montagne. Ce projet regroupe 8 parties prenantes venant de 5 pays d'Europe engagées dans une collaboration triennale qui, à terme, établira des directives sur les méthodes permettant d'attirer de nouveaux habitants en zone de montagne. Les régions objet de l'étude comprennent les territoires et les communautés des zones de montagne suivantes : Province de Teruel (Espagne), Lombardie et Piémont (Italie), les comtés de Hedmark et Buskerud en Norvège, la région de Dalarna en Suède et le Massif Central en France.

Nous sommes convaincus qu'afin de pouvoir répondre aux besoins des populations et d'en attirer de nouvelles, les régions de montagne doivent être en mesure de fournir à leurs habitants de bonnes conditions de vie. Les populations ont besoin d'y trouver des emplois, de bénéficier de services publics, d'écoles et d'organismes de formation de bonne qualité. Ces régions doivent également être en mesure de communiquer afin que les personnes susceptibles d'être intéressées par une éventuelle migration en soient tenues informées.

Ce partenariat a donc permis d'identifier trois thèmes essentiels : l'éducation et la formation, le marketing territorial, la diversification de l'économie, autant de sujets qui ont été abordés successivement.

Projet cofinancé par :



Les avis exprimés dans les présentes sont ceux des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les positions des programmes de l'UE.

Approche méthodologique de la diversification économique dans les zones de montagne

Le thème de la diversification économique est le troisième sujet abordé par le partenariat PADIMA, après ceux de l'éducation/formation et du marketing territorial. Le dynamisme économique est essentiel lorsqu'il s'agit d'attirer et de maintenir des personnes dans des zones de montagne et nous nous sommes efforcés par notre travail de comprendre les **conditions essentielles du développement de bonnes pratiques réussies dans un but de diversification économique dans les zones de montagne.**

Dans cette partie du projet, les partenaires PADIMA :

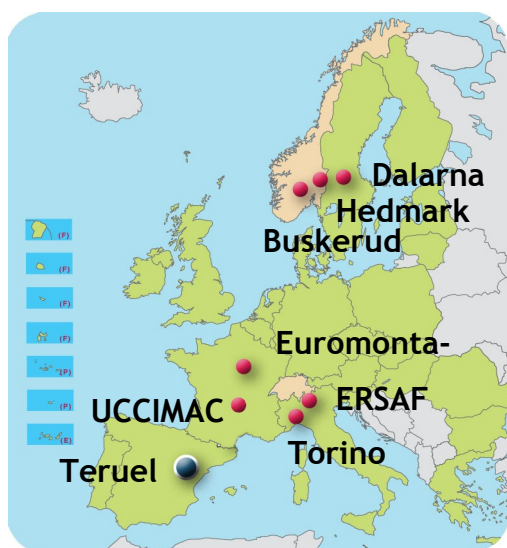
- **ont recueilli des données statistiques** dans chaque domaine de recherche ayant trait à leur situation d'ensemble : dynamisme et diversification de la zone, nombre d'entreprises dans les zones objet de l'étude ainsi que leurs caractéristiques, principaux secteurs d'emploi, etc. ; ces données ont fait l'objet d'une interprétation détaillée dans le guide « Diversification Economique : Rapport Final et recommandations politiques »;

- **ont échangé sur les instruments et initiatives (bonnes pratiques)** qu'ils ont mis en œuvre et qui facilitent l'accès à une offre d'emploi diversifiée aux populations des zones de montagne. Nous avons examiné la qualité, la diversité mais également la pertinence de cette offre par rapport aux besoins actuels et futurs de l'économie locale. Notre objectif est de chercher et de mettre au point autant de pratiques à même de contribuer au développement de la fibre entrepreneuriale et des emplois au niveau local. 29 bonnes pratiques ont été recueillies par le partenariat et compilées dans un livret disponible [en ligne](http://www.padima.org), sur www.padima.org.

- **ont interviewé des témoins privilégiés** – toutes des parties prenantes travaillant à la mise en œuvre de ces bonnes pratiques (ces résultats ont été utilisés dans le but de décrire les initiatives présentées) – les principales conclusions des interviews sont publiées dans le recueil des bonnes pratiques, après l'illustration de la bonne pratique.

Les résultats de ce travail ont fait l'objet d'un traitement exhaustif dans le rapport « [Diversification économique : Rapport Final et recommandations politiques](#) ». **Cette newsletter reprend certains des résultats essentiels et les principales conclusions de ce travail.**

Les zones de montagne objet de l'étude dans le cadre de ce projet sont au nombre de 7 :



Carte : Interreg IV C Joint Technical Secretariat

- La région de Lombardie– Communauté de Montagne de Valle Brembana, Italie
- Province de Turin – en mettant l'accent sur 3 communautés de montagne : Val Susa ; Val Sangone ; Val Chiusella, Sacra et Dora Baltea, Italie
- Dans le Gouvernement Provincial de Teruel – zone géographique dans son ensemble, Espagne
- Comté de Buskerud – seules les municipalités de montagne, Norvège
- Comté de Hedmark - seules les municipalités de montagne, Norvège
- Comté de Dalarna - zone géographique dans son ensemble, Suède
- Massif Central, France



Légende : Partenaires PADIMA, séminaire au Puy en Velay

L'économie de montagne est-elle suffisamment diversifiée ? Si elle ne l'est pas, devrait-elle l'être ?

Ces deux questions tirées du titre ainsi que **les facteurs clés sur lesquels il faut mettre l'accent afin de dynamiser l'économie des zones de montagne**, ont été les principaux points à l'ordre du jour du séminaire intitulé « **Comment pouvons-nous diversifier l'économie des zones de montagne ?** ». Ce séminaire était organisé dans le cadre du projet PADIMA les 28 et 29 novembre derniers au Puy en Velay, France.

Les principales conclusions auxquelles sont arrivés les participants de ce séminaire étaient que la **diversification économique est une vraie solution aux différents problèmes que rencontre l'économie des zones de montagne tels que la saisonnalité, le nombre limité d'habitants à même d'assurer la rentabilité d'une activité commerciale, la petite taille des entreprises, etc.** La diversification joue parfois un rôle déterminant au moment d'assurer la survie d'entreprises de montagne du fait des contraintes existantes. Les exemples des *chevaux comme éléments moteurs pour l'installation, l'occupation et la qualité de la vie* dans les zones de montagne du Hedmark (Norvège) ont fait la preuve d'un pôle d'excellence dans le domaine du tourisme, de l'élevage et de la production alimentaire. Les entreprises artisanales et les fermes diversifient leurs activités en se tournant vers le tourisme et des boutiques multiservices fournissent plusieurs services (boulangerie, épicerie, café & snack, poste, etc.) dans un seul endroit. Les zones de montagne sont particulièrement performantes au moment de fournir une formation simultanée pour une gamme d'activités (comme le ski et les travaux liés au bois pour la saison d'hiver et guide nature ou une formation liée à l'agriculture pour les autres saisons) et les montagnards sont généralement des personnes aux compétences diversifiées.

Les zones de montagne ont une activité diversifiée à la fois au niveau des entreprises et des secteurs d'activité

Pour ce qui est du **secteur d'activité**, même si la plupart des entreprises sont actives dans les secteurs traditionnels (agriculture, traitement des matières premières, industrie et activités artisanales), **le secteur des services demeure le premier employeur dans 4 zones sur 7**, en nombre d'employés.

Monique de Wys, gérante d'une auberge, et **Gérard Barras**, directeur d'une entreprise textile, participants de la table ronde finale, sont revenus sur le fait que la diversification d'une région est fonction de :

- **la création de réseaux entre les différents acteurs** (autorités publiques, entreprises, acteurs sur le terrain et citoyens principalement) et
- **la planification stratégique au sein de l'autorité régionale.**

Les représentants d'entreprises ont déploré le manque de synergie entre les directives de la politique et l'aide apportée aux acteurs de terrain ou l'arrivée tardive de l'aide en question. **Ceux de ces entrepreneurs actifs désireux de s'installer dans une région ou de créer une entreprise à un moment donné doivent pouvoir bénéficier de la bonne politique de soutien au bon moment.** Monique de Wys a évoqué l'époque où, elle-même immigrante, elle s'est installée dans la région qui était la plus réactive et enthousiaste à son projet entrepreneurial, et ce après plusieurs expériences infructueuses ailleurs. En outre, les institutions ont un important rôle à jouer au moment d'**analyser les priorités et défis d'une région** afin d'être en mesure d'accompagner en toute efficacité les nouveaux arrivants et entrepreneurs.

Les participants au séminaire ont exprimé un besoin et une demande d'échange de pratiques d'excellence entre les différentes régions présentes, étant donné que de nombreux défis que les régions doivent relever sont identiques et que certaines régions ont déjà mis en place différentes solutions gagnantes pour surmonter ces problèmes.

La prestation de services publics, d'infrastructures en matière de transport et d'un accès à des transmissions à large bande concurrentielles est un atout non négligeable au moment de parvenir à diversifier l'économie sur le terrain, ont souligné les participants. La prestation de services publics est problématique en particulier dans les pays scandinaves où la densité de la population et des entreprises est faible. **Les liens avec des centres urbains de petite et moyenne taille sont essentiels au moment d'assurer la diversification de l'économie;** la question de l'accessibilité a également été citée comme un point à ne pas négliger au moment d'aborder la question du dynamisme démographique dans les zones de montagne.

Quelques faits concernant l'économie des zones objet de l'étude

Les données économiques provenant des 7 zones objet de l'étude (tableau 1) montrent que la **structure socio-économique des régions montagneuses est en train de changer et que de nouvelles activités sont en large expansion**, au moins dans les 7 zones objet de l'étude.

Tableau 1 : principaux indicateurs économiques dans les zones objet de l'étude

Indicateurs	Zones de montagne objet de l'étude						
	Gouvernement Provincial de Teruel (Espagne)	3 Communautés de montagne de la Proy. de Turin-Piémont (Italie)	Comté de Buskerud (Norvège)	Comté de Hedmark (Norvège)	Comté de Dalarna (Suède)	Région d'Auvergne – UCCIMAC Massif Central (France)	C.M. de Valle Brembana – ERSAF – Lombardie (Italie)
Secteur principal par nombre d'entreprises	Agriculture	Services	Services	Services et agriculture	Agriculture et services	Agriculture, commerce et services	Autre
Secteur principal par nombre d'employés	Services	Services et industrie	Services, industrie et commerce	Services	Autre et industrie	Industrie, commerce et services	Industrie, services et agriculture
Taille/dimension moyenne des entreprises	Petite	Petite	Petite	Petite	Petite	Petite	Petite
Age moyen des entrepreneurs	35-54	Pas de données	Pas de données	Pas de données	35-60	30-49	30-49
Présence de gares et aéroports	Gares	Gares	Gares	Gares et aéroport	Gares et aéroport	Gares et aéroport	Aucune
Transmissions à large bande	Bonnes	Assez bonnes	Bonnes	Assez bonnes	(aucune donnée)	Bonnes	Assez bonnes
Présence/absence de Centres de Recherche et/ou universités	Présence	Absence	Absence	Présence	Présence	Présence	Absence

Note: pour Dalarna, le secteur "agriculture" inclus l'exploitation minière et la sylviculture

Même si les activités agricoles demeurent généralement plus importantes que dans les vallées, seules trois de nos zones pilotes indiquent que l'agriculture est le principal secteur en termes de nombre d'entreprises. Si l'on examine le poids du secteur en termes de nombre d'employés, l'agriculture n'occupe jamais la première place, souvent dépassée par les services, l'industrie et le commerce. C'est précisément le **secteur des services qui s'arrose une place prédominante en termes d'employés dans 4 zones sur 7.**

Les services est le secteur le plus dynamique dans les zones de montagne

Les **entreprises entrent dans la catégorie des petites entreprises dans toutes les régions** et la plupart des entrepreneurs font partie de la population adulte (entre 30 et 50 ans) alors que rares (moins de 10% dans le Comté de Dalarna ; moins de 7% dans le Valle Brembana ; environ 12% en Auvergne) sont les **jeunes entrepreneurs** (moins de 30/35 ans – en fonction des zones objet de l'étude). Seul le Gouvernement Provincial de Teruel enregistre un pourcentage de 44% environ de jeunes entrepreneurs mais le chiffre concerne la région d'Aragon et pas la Province elle-même (données non disponibles au niveau de la province ni au niveau des zones de montagne).

Ce résultat est certainement aligné sur le fait que, de manière générale, les entreprises de service sont de taille plus petite que les grandes sociétés industrielles mais confirme également que les entreprises artisanales ou rurales sont souvent la propriété de familles, traditionnelles et de petite taille, ce qui peut expliquer qu'elles exercent une attraction moindre sur un public composé de ressources humaines qualifiées jeunes.

Les universités sont nécessaires doublement en tant que conducteurs du changement économique, et comme source d'emploi hautement qualifié

La présence de Centres de Recherche et d'Universités est rare, un manque déjà identifié par le partenariat lors des études menées à bien lors du work package 1, éducation et formation. La présence de sites proposant cursus et formation de niveau supérieur n'est pas suffisante pour accorder le développement d'un capital humain qualifié et une diffusion des compétences et qualifications. Les jeunes en sont donc réduits à quitter leur pays pour obtenir la formation qu'ils souhaitent et ainsi risquent de trouver un travail qui leur corresponde dans les basses terres ou les villes.

La présence d'organismes de recherche est également une condition préalable à la région d'être en mesure d'offrir des emplois qualifiés. Enfin, l'interaction entre les universités et les entreprises est nécessaire pour stimuler l'innovation et, par conséquent, l'absence d'universités est susceptible de ralentir l'évolution de l'économie de montagne.

Focus sur les bonnes pratiques de PADIMA en matière de diversification économique

Diversification réussie et innovation pour les petites et moyennes entreprises (PME)

L'on remarque que les économies de zones de montagne sont dominées par des petites entreprises qui, pour la plupart, sont exploitées dans les secteurs traditionnels. Les stratégies de diversification visent à encourager la fourniture de nouveaux produits par ces sociétés ou ces dernières peuvent étendre leurs activités au-delà de leur secteur traditionnel. Une démarche qu'il faut impérativement encourager.

*Un bon exemple en est la coopérative **Ardelaine** en Ardèche dans le Massif Central. Ardelaine est véritablement une histoire de succès de l'innovation : dans un secteur traditionnel en déclin (traitement de la laine), un groupe de salariés d'une entreprise qui avait fermé ses portes s'est regroupé en coopérative dans le but de réorganiser l'usine (1982). Ils ont décidé de mettre l'accent sur la valeur patrimoniale des bâtiments dont ils avaient hérité, sur les aspects traditionnels de la production de la laine, sur les nouvelles méthodes de création de produits et sur les méthodes de vente. Ils ont donc commencé avec les activités de production & marketing mais se sont également diversifiés dans le secteur culturel (avec la création et la gestion de deux musées locaux) et se sont lancés dans des activités touristiques (avec l'ouverture d'un café-librairie et d'un restaurant pour les visiteurs, la gestion de plusieurs magasins et de nombreuses collaborations avec le Parc Régional Naturel des Monts d'Ardèche). Pour en savoir plus sur cette initiative, veuillez consulter le recueil de bonnes pratiques sur la diversification économique, page 134.*

Pour preuve du succès rencontré par cette initiative, la bonne pratique mise en œuvre par ARDELAINÉ sera reprise dans le cadre du projet PADIMA par une coopérative d'éleveurs de moutons dans la province de Teruel en Espagne.

Accompagnement du conjoint d'une personne ayant choisi de s'installer en zone de montagne afin d'y trouver un emploi ou de créer sa propre entreprise

Grâce à la mise en avant de bonnes pratiques au sein du projet PADIMA, nous avons remarqué qu'une installation ne peut être réussie sur du long terme que si les deux partenaires d'un couple rencontrent des opportunités professionnelles satisfaisantes dans la zone où ils ont décidé d'emménager.

Le télétravail ne fonctionne pas toujours sur le long terme et les sociétés prennent le risque de perdre du temps et de l'argent avec du personnel précaire.

Les couples qui s'installent en zones de montagne ont souvent besoin de deux emplois. Aider le conjoint dans sa recherche d'emploi permet de pérenniser l'installation du foyer.



L'initiative de **Womeninnovation** dans le comté norvégien de Buskerud (présentée en page 33 du recueil des bonnes pratiques sur la diversification économique) a mis l'accent sur la **création spécifique d'une activité commerciale par les femmes**. L'initiative s'articule autour de plusieurs axes et s'attache au **développement des compétences, au réseautage et à la commercialisation des produits**. Les « catégories » ainsi que les activités de recherche sont parfaitement adaptées aux intérêts des femmes : design, médias sociaux, développement des ressources humaines) et permettent de procéder à des ajustements à la communauté locale afin de garantir la viabilité du projet. A l'issue d'une première année de développement dans les zones de montagne de Buskerud, les indicateurs du programme se sont avérés très encourageants (création d'une vingtaine d'entreprises, sociétés connues et reconnues et ce même à Oslo), ce qui a permis d'assurer la pérennité du programme.

Photo: Kvinnovaasjon, Buskerud, Siw Slevigen, Chef de projet

Principales recommandations politiques à l'attention des décideurs

Les résultats de l'étude menée à bien ont été capitalisés en un certain nombre de **recommandations politiques** orientées sur les zones de montagne pour une diversification économique.

Aux niveaux européen et national, les politiques devraient s'efforcer :

- **d'améliorer les infrastructures de transport et les services reliant les zones de montagne aux routes principales et aux principaux centres urbains**, en particulier le réseau des routes rurales et de montagne et les services de transport routier, ce qui peut être considéré comme une **condition préalable** des recommandations politiques ;
- **d'améliorer l'accès à des transmissions à large bande et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication**. En procédant de la sorte, les **entrepreneurs existants et potentiels des zones de montagne sont d'une part en mesure d'avoir accès à plusieurs services utiles au développement et à l'amélioration de leurs activités diversifiées** ; d'autre part, le **télétravail et la création de nouvelles sociétés, au moyen d'Internet, peuvent être encouragés de manière non négligeable** ;
- **de permettre le financement public aux niveaux national et régional de sociétés dans les territoires de montagne** en particulier dans les secteurs qui fournissent des services territoriaux (marchandises communes/publiques) à l'ensemble de la communauté.

Aux niveaux régional et local, les politiques doivent viser à :

- **soutenir financièrement les entreprises implantées dans les zones de montagne** (en retenant les entrepreneurs ou les sociétés qui seraient susceptibles d'envisager de déménager leurs business units en dehors des zones de montagne où ils se trouvent actuellement), **ou les start-ups** (en attirant donc de nouveaux entrepreneurs potentiels de sociétés sises dans d'autres régions ou pays) ;
- **soutenir les entreprises au moment d'améliorer la commercialisation et la distribution de marchandises produites au niveau local**. En fait, les entreprises de zones de montagne doivent non seulement être soutenues financièrement au moment où elles procèdent à des investissements et créent des nouvelles activités ou de nouveaux produits diversifiés mais également **lorsqu'elles doivent commercialiser, promouvoir et distribuer leurs nouveaux produits** ;
- à la lumière de la précédente recommandation, **contribuer à la diffusion et à l'utilisation de marques ou de labels de qualité pour les produits en provenance des zones de montagne pourrait constituer un important outil de marketing, mobilisant les sociétés et les aidant à sortir de leur isolation** ;
- **soutenir les activités d'éducation et de formation en ciblant le lancement et la gestion de nouvelles sociétés/entreprises pour renforcer les compétences dans les sociétés existantes** ainsi que tous les entrepreneurs et en particulier les femmes et les jeunes ;
- **promouvoir des modèles de gouvernance à niveaux multiples et la coopération entre les acteurs au niveau territorial** afin d'impliquer les acteurs privés, des sociétés jusqu'aux citoyens en passant par les associations, autant d'acteurs engagés dans la **planification et la mise en œuvre de la stratégie de développement au niveau local** ;
- encourager la mise en place d'une **relation équilibrée entre les territoires urbains et ruraux/de montagne** en faveur de la valorisation des relations territoriales et fonctionnelles entre eux ;
- **empêcher le déclin des services de base**, à la fois publics (services de santé, services postaux, écoles, etc.) et privés (services commerciaux de base) **dans les centres urbains de taille modeste, les aires fonctionnelles dans les zones de montagne ou dans les régions faiblement peuplées** ;
- **favoriser l'installation d'établissements de recherche et universitaires** qui tiennent compte des particularités des zones en question (écoles dans les domaines de l'agriculture, de l'énergie et de la forêt, etc.). L'enquête entreprise dans les zones objet de l'étude indique que l'on ne trouve ce type d'établissements que dans certaines des zones participant au projet (Comté de Hedmark en Norvège, Province de Teruel en Espagne, région de Dalarna en Suède et Auvergne en France). Il est reconnu qu'elles ont un impact positif sur la démographie locale de la zone concernée.



Conclusions

Parmi les 29 bonnes pratiques identifiées par le partenariat au chapitre de la diversification économique, nous avons observé que **plus de 50% d'entre elles ont eu ou ont actuellement des effets positifs sur le lancement de nouvelles entreprises, plus de 30% ont des effets sur l'offre locale de nouveaux emplois et toutes les initiatives améliorent ou créent des réseaux efficaces au niveau local.**

Cela confirme bien que les acteurs des niveaux local et régional souhaitent encourager l'échange de bonnes pratiques. Au sein du projet PADIMA, chaque partenaire a choisi de mettre en œuvre au moins 1 bonne pratique identifiée dans le cadre du projet.

En terme de politique, les études menées à bien pendant les projets indiquent que la **mise en œuvre de politiques réussies au niveau local exige au moins la conjonction des éléments suivants :**

- **une forte implication des acteurs au niveau local, tant publics que privés** (partenariat public-privé) ;
- **forte cohérence avec les politiques existantes au niveau local et supra-local** (stratégies intégrées sont plus fortes que les initiatives seules)
- **une approche multisectorielle et une intégration sont deux points essentiels** (lien avec les politiques en matière d'éducation et de marketing territorial, work packages 1 et 2) ;
- **une approche ascendante** (donnant la priorité aux besoins locaux) ;
- **une bonne gestion de l'intégralité du processus de mise en œuvre de la politique et** création d'outils, avec une écoute attentive accordée aux besoins des acteurs économiques (**les bons outils de soutien au bon moment**) ;
- **l'élaboration ou l'amélioration des réseaux existants** parmi les différents acteurs locaux, interterritoriaux et transnationaux (à savoir le Projet Vert dans le Comté de Dalarna, pour plus de renseignements, cf. le recueil de bonnes pratiques sur la diversification économique, page 30) ;
- **les jeunes et les femmes en points de mire** car ils constituent la partie la plus sous-exploitée et souvent la plus brillante du capital humain disponible dans les zones de montagne ;
- via une politique de création d'emplois et de diversification, **l'objectif recherché est celui de booster l'emploi**, pas seulement d'avoir un impact significatif en termes de performance économique ;
- **essayer de réduire la caractère saisonnier** typique de la plupart des activités économiques des zones de montagne, telles que le tourisme en faisant prendre conscience aux personnes concernées des avantages de la diversification, en assurant une formation et en apportant une aide dans ladite démarche de diversification des activités.
- **Trouver des solutions aux difficultés d'ouvrir la voie des affaires aux nouvelles générations**, Problématiques dans les zones de montagne pour cause de la petite taille des entreprises



Nouvelles de l'Union Européenne : les outils de demain à la rescousse de la fibre entrepreneuriale

De nombreuses réflexions agitent l'UE sur ce point qui est considéré comme essentiel au moment de booster l'économie européenne dans le contexte de crise économique. De fait, nous nous attendons à l'éclosion de nombreuses initiatives au niveau européen. Par exemple, le Programme pour la Compétitivité des Entreprises et des PME (COSME) devrait démarrer en 2014 et se poursuivre jusqu'en 2020, avec un budget prévu de 2,5 milliards d'euros (ce chiffre doit être discuté par le Parlement Européen et le Conseil qui doivent convenir de son adoption ; le programme COSME devrait débuter le 1^{er} janvier 2014). Autant d'opportunités que les hommes et les femmes d'affaires des zones de montagne devront saisir.

Ce programme devrait :

- permettre aux PME d'accéder plus facilement à des financements ;
- créer un environnement favorable à la création d'entreprises et à leur croissance
- aider les petites sociétés à avoir des activités commerciales en dehors du pays où elles ont été créées et d'améliorer l'accès de ces dernières aux marchés.



Les principaux bénéficiaires devraient être les entrepreneurs existants (en particulier les petites entreprises) qui bénéficieront d'un accès facilité à des financements en vue de développer, consolider et faire croître leurs activités ainsi que les **futurs entrepreneurs** (y compris des jeunes) en leur apportant une aide à la création de leur propre entreprise. **Les administrations régionales et nationales** seront également ciblées afin de simplifier la charge administrative relative à la création d'entreprise et de créer des outils dans le but de réformer la politique en toute efficacité. Nous encourageons les autorités régionales à se familiariser avec ce programme et à se l'approprier.

Pour plus de renseignements, rendez-vous sur : http://ec.europa.eu/cip/cosme/index_en.htm

Evènements à venir

Activité en cours : **Distribution et large communication du rapport final WP4** – guide d'évaluation du risque de dépeuplement d'une région, éléments sur les stratégies afin d'attirer :

- des jeunes,
- des personnes en âge de travailler et
- des personnes retraitées dans les zones de montagne.

Activité en cours : **transfert des bonnes pratiques PADIMA afin de lutter contre le dépeuplement** – démarche qui incombe à chaque partenaire.

2-4 octobre 2012, Chambéry, France: Les VIIIèmes Assises Européennes de la Montagne « *Les jeunes au sommet – la voie vers l'avenir de la montagne* » présentation des résultats et activité de communication.

Pour en savoir plus, visitez www.padima.org

Equipe éditoriale : Ancuta Pasca, Euromontana

Avec la contribution de : Alexia Rouby, Euromontana

Conception: Emmanuelle Picaud et Marco De Vita, Euromontana

Partenaires du Projet :

