

Lettre d'information du projet Européen GRISI PLUS dont la CCI du Gers est chef de file du projet. GRISI PLUS: Geomatics Rural Information Society Initiative PLUS): Développement de l'attractivité des zones rurales pour attirer des nouveaux habitants



Geomatics Rural
Information Society
Initiative PLUS

Améliorer l'accueil des nouveaux arrivants

Décembre 2014

GRISI PLUS, un projet européen pour le développement des territoires ruraux arrive à sa fin ...

GRISI PLUS capitalise tous les projets européens de la Chambre de Commerce et d'Industrie du GERS

GRISI PLUS est l'aboutissement d'une démarche entreprise par la CCI du GERS en 1997. Le point de départ est le constat que les territoires ruraux en déshérence ont besoin des outils de la société de l'information pour se désenclaver et valoriser les patrimoines locaux (projet teleparc 1997 www.teleparc.net qui définit un plan d'actions à moyen terme pour entrer dans la société de l'information).

Parmi les outils de la société de l'information la géolocalisation est privilégiée pour apporter une valeur ajoutée aux produits d'origine rurale. La géotraçabilité permet :

- d'apporter une réponse fiable aux souhaits des consommateurs qui veulent connaître l'origine géographique des produits qu'ils achètent,
- d'améliorer la qualité des produits par une meilleure gestion des outils de production

Sommaire

- » GRISI PLUS, un projet européen pour le développement des territoires ruraux arrive à sa fin ...
- » « Un Village - Un Produit », une dynamique de valorisation du territoire
- » Les résultats du projet GRISI PLUS ont été disséminés avec succès en Europe
- » Résultats des échanges d'expériences dans le projet GRISI PLUS
- » Vif succès de la conférence finale du projet GRISI PLUS en Slovénie

- de promouvoir sur internet l'effort marketing des producteurs

La CCI du GERS a coordonné 5 projets, qui lui ont permis d'acquérir une expertise dans ce domaine :

- GeoTraceAgri (www.geotraceagri.net)
- GTIS CAP (http://cordis.europa.eu/publication/rcn/12387_en.html)
- PETER (http://cordis.europa.eu/project/rcn/79996_en.html)
- GeoFairTrade (http://cordis.europa.eu/project/rcn/92132_en.html)
- GEOWINE (<http://www.geowine.net>).

La géolocalisation est l'outil de promotion de l'attractivité des territoires ruraux car elle permet:

- aux plus petites communautés rurales d'être présentes sur Internet pour y cartographier leurs patrimoines socio économiques et culturels
- d'attirer de nouveaux arrivants qui veulent changer de vie en s'installant à la campagne

Dans ces thématiques la CCI du GERS a coordonné ou participé dans 4 projets européens : SOHO SOLO (<http://www.soho-solo-gers.com/>), PYRED (<http://www.pyred.com>), GRISI (<http://www.grisi.org>), Philoxenia plus (www.philoxeniaplus.eu/).

Toutes les bonnes pratiques acquises dans ces neuf projets européens ont été capitalisées et diffusées dans le projet GRISI PLUS. Cette démarche correspond parfaitement à la stratégie du programme INTERREG IV C et montre bien que viser l'excellence en participant à des projets européens est une stratégie payante pour les territoires ruraux.

L'objectif principal du projet GRISI PLUS était l'échange d'expériences à partir d'applications pratiques utilisant les outils de la géomatique utiles pour le développement des zones rurales. Chacun des partenaires a identifié et présenté aux autres partenaires une ou deux bonnes pratiques spécifiques pour le développement rural des régions. Cet échange a permis le transfert des bonnes pratiques d'une région vers d'autres régions. Chaque bonne pratique transférée a été enrichie pour être adaptée localement aux contraintes particulières de chaque territoire.

Le projet GRISI PLUS a permis de démontrer que cet échange de bonnes pratiques de la société de l'information était possible entre les différentes régions rurales de l'espace européen et qu'il apportait une réelle valeur ajoutée en terme de développement

économique et de création d'emplois.

✦ [Retour haut de page](#)

« Un Village - Un Produit », une dynamique de valorisation du territoire

La CCI du GERS a présenté les résultats de l'expérimentation le 9 décembre 2014 à Auch

La Chambre de Commerce et d'Industrie du GERS a organisé avec succès une journée pour présenter les résultats de l'expérimentation « Un Village - Un Produit » (UVUP) le 9 décembre 2014 Auch. Environ 70 élus locaux, responsables touristiques et producteurs locaux, sont venus découvrir la présentation des résultats de l'expérimentation réalisée sur le département autour de cinq couples villages-produits.



Pendant sept mois, des groupes de travail, impulsés par la CCI du GERS, ont travaillé ensemble pour dégager à Samatan, Saint-Mont, L'Isle-Jourdain, Eauze et Nogaro une méthodologie de développement économique local par la déclinaison autour d'un produit emblématique issu de l'histoire, des ressources ou savoir-faire locaux.

«Un Village - Un Produit » est une initiative de développement local initiée en 1979 par la Préfecture d'Oïta au Japon pour revitaliser des villages. Ce concept a été proposé pour éviter le dépeuplement, valoriser des produits locaux reflétant le territoire, réduire la dépendance par rapport au gouvernement central et promouvoir l'autonomie du territoire. Le but est l'amélioration des revenus des entreprises locales et de la population notamment grâce à une meilleure utilisation des ressources locales. Ce concept a été décliné dans certains pays du continent africain, mais il n'y a pas eu de déclinaison en Europe.

La CCI du GERS a décidé fin 2012 d'adapter ce concept au département du Gers grâce aux financements des projets GRISI PLUS et Philoxenia Plus en lançant une expérimentation autour de 5

couples villages - produits. Cette démarche a nécessité un fort investissement de la CCI du GERS en 2014 avec l'animation de plus de 30 groupes de travail tout au long de l'année.

L'objectif final de ce projet était de construire des offres économiques (produits ou services) autour de chaque couple village-produit pour :

- développer des activités durables
- retenir les consommateurs, touristes et visiteurs plus longtemps dans le Gers et ainsi mieux et davantage consommer le Territoire
- fédérer et associer les acteurs publics et privés dans la construction des offres afin d'obtenir l'adhésion de toutes les parties prenantes qui seront ensuite les relais pour la commercialisation des offres.

Tout au long de cette matinée, les intervenants et les témoins ont présenté les résultats de cette expérimentation dans les 5 couples villages-produits retenus :

- Samatan et le foie gras
- Saint Mont et le vin
- L'Isle Jourdain et le vélo
- Eauze et l'Armagnac
- Nogaro et les sports mécaniques

Voici quelques premières actions qui ont été déployés dans les villages :

- Réflexions pour la mise en place d'itinéraires de routes du vin à Saint-Mont
- Mise en place d'une offre de location de vélos pour les touristes à l'Isle Jourdain
- Réflexions pour la création de la maison de l'armagnac et la flamme de l'Armagnac à Eauze
- Création de liens entre le circuit Paul Armagnac et le village à Nogaro
- Mise en place d'un concours de foie gras et réflexions pour la création de la maison du foie gras à Samatan.

Des plans d'actions détaillés à moyen et long terme ont été élaborés par les groupes de travail de chaque village et ils seront mis en place à partir de janvier 2015. La gouvernance du dispositif sera assurée dans chaque village par un acteur-clé local. Cet engagement a été formalisé par le biais d'une Charte liant les acteurs locaux en charge de la poursuite de la démarche UVUP, avec la CCI du GERS.



✎ [Retour haut de page](#)

Les résultats du projet GRISI PLUS ont été disséminés avec succès en Europe

Les 14 partenaires du projet ont participé activement à la dissémination des résultats du projet avec comme point d'orgue la conférence finale qui a été intégralement diffusée sur internet. Les actions de dissémination conduites tout au long de l'exécution du projet ont été les suivantes :

- Préparation d'un plan de communication détaillé
- Préparation d'une charte graphique attractive et dynamique
- Création d'un site internet très complet et très communicant (www.grisiplus.eu) qui a été consulté par plus de 70 000 visiteurs d'une vingtaine de pays européens sur 30 mois.
- Création de deux réseaux sociaux GRISI PLUS Facebook et twitter.
- Dissémination de plus de 7000 brochures (<http://www.grisiplus.eu/media-and-tools/project-leaflet/>)
- Dissémination de 10 newsletters (<http://www.grisiplus.eu/media-and-tools/project-leaflet/>)
- Organisation de plus de 30 événements spécifiques de dissémination (<http://www.grisiplus.eu/events/past-events>)
- Participation des partenaires du projet à plus de 40 événements extérieurs (conférences, expositions...) pour présenter le projet et ses résultats
- Plus de 7500 participants aux événements organisés par GRISI PLUS
- Création d'un guide de bonnes pratiques traduit dans chaque langue des pays partenaires et disséminé largement auprès des acteurs clefs locaux.
- Organisation d'une conférence de lancement (Toulouse - France) et d'une conférence finale (Moravske - Slovénie). La conférence finale qui a réuni 200 participants de 11 pays européens a été suivie sur Internet en vidéo streaming par 130 participants (<http://www.grisiplus.eu/finalconference>).

Globalement on peut estimer que cet effort de dissémination a permis de sensibiliser environ 10 000 personnes et acteurs clefs (élus locaux), l'échange et le transfert de bonnes pratiques étant

unanimentement reconnu comme méthode la plus efficace pour apporter une valeur ajoutée pratique et concrète aux territoires ruraux.

✦ [Retour haut de page](#)

Résultats des échanges d'expériences dans le projet GRISI PLUS : identification, analyse et transfert de bonnes pratiques

Il s'agissait dans le projet GRISI PLUS d'évaluer comment les outils de l'information géographique et la géomatique pouvaient contribuer à créer une plate-forme d'échanges pour faciliter le développement économique des zones rurales en Europe. Plus spécifiquement, comment ces outils pouvaient contribuer au développement de l'attractivité des territoires ruraux pour attirer de nouveaux habitants et promouvoir les produits et services du terroir (tangibles et intangibles).

Au départ il s'agissait dans chaque région partenaire de créer les bases de données géographiques homogènes permettant de géolocaliser tous les patrimoines socio économiques et culturels en terme de produits de services ou de savoir-faire.

52 bonnes pratiques ont été identifiées initialement par les 14 partenaires, 40 études de faisabilité ont été conduites pour évaluer la transférabilité des bonnes pratiques identifiées. Finalement 13 plans d'implémentation régionaux ont été développés.

L'objectif prioritaire de ces plans d'implémentation était de formaliser les conditions de transfert d'une bonne pratique d'une région à l'autre en analysant comment cette bonne pratique avait été mise en œuvre au départ dans sa région d'origine. Parmi les bonnes pratiques choisies initialement comme transférables figurait : (1) SOHO SOLO : comment attirer de nouveaux arrivants qui veulent s'installer dans les campagnes pour changer de qualité de vie ; (2) MADE IN GALWAY développement d'une marque et d'outils marketing pour promouvoir les produits locaux ; (3) MURA-DRAVA BIKE comment développer l'attractivité du territoire en créant des parcours cyclistes dans des sites remarquables.

L'ensemble des bonnes pratiques identifiées est disponible dans le guide de bonnes pratiques et tous les résultats des analyses peuvent être téléchargés sur le site du projet (www.grisiplus.eu).

Un des bénéfices importants nés de la coopération locale -régionale et internationale est la sensibilisation des acteurs clefs pour les motiver à introduire ces bonnes pratiques dans leur région. Les partenaires ont étudié un plan d'exploitation qui permettra de continuer la coopération après la fin du projet.



✎ [Retour haut de page](#)

Vif success de la conference finale du projet GRISI PLUS en Slovénie

La conférence finale GRISI PLUS a eu lieu le 9 octobre 2014 dans les salles de conférences de l'hôtel Vivat à Moravske Toplice. La conférence était organisée par l'Agence de Développement Sinergija située à Moravske Toplice (Slovénie) qui est partenaire du projet, en charge de la coordination des actions de communication. La conférence pouvait être suivie en direct sur Internet.

L'enregistrement de l'intégralité des exposés et débats est disponible sur le lien <http://www.grisiplus.eu/finalconference>

A partir de 8h 30 les participants étaient accueillis et à 9h la conférence était officiellement ouverte par M. Stanislav Sraka directeur de l'agence et par Melle Verena Priem représentant le secrétariat technique commun de INTERREG IVC . Les principaux résultats du projet ont été alors présentés par M. Jean Louis Valls représentant le coordinateur M. Michel Debord de la CCI du GERS excusé pour raisons de santé. Une première sélection de bonnes pratiques a alors été présentée.

De 11h à 11h30 une pause était organisée pour permettre des échanges informels facilitant la création de réseaux entre les participants. A partir de 11h30 la seconde partie des présentations de bonnes pratiques permirent à (1) Juan Manuel Mora Rey de la CCI du GERS de présenter SOHO SOLO et à (2) Darko Fercej de E-Zavod de présenter la capitalisation d'expériences de transfert de bonnes pratiques issues du projet MED Philoxenia Plus.

A 12h30 furent présentés des projets « succès story » du programme INTERREG IV C pour déceler les éventuelles synergies avec GRISI PLUS. Jean-Louis Valls a présenté le projet DANTE et Melle Marie-Jose Zontag de Ecorys organisation (Pays Bas) a présenté une synthèse des projets de capitalisation INTERREG IV C.

A 13h30 le déjeuner permit aux participants de poursuivre leurs échanges et d'exprimer leur satisfaction sur le contenu de la conférence.

A 15h une table ronde était organisée sur le thème « L'utilisation des outils de la géomatique pour développer l'attractivité des campagnes » avec M.. Dalibor Radovan du Geodetic Institute of Slovenia (Slovénie), Mme. Anka Lisec de la Faculty of Civil and

Geodetic Engineering in Ljubljana (Slovénie), M. Atis Tremanis de Vidzeme Planning Region (Lettonie), Mme. Elena Kotsapa de Larnaca District Development Agency (Chypre) et Mme. Saša Kek de l' Association of Municipalities and Towns of Slovenia (Slovénie).

La conférence finale a rassemblé 97 participants de 11 pays membres, dont 23 représentant différents ministères, municipalités et autres organisations de Slovénie, Lettonie, Malte et Grèce. En plus, 130 participants de Belgique, Chypre, Bulgarie, République Tchèque, Espagne, France, Lettonie et Slovénie ont suivi la conférence en ligne sur Internet.



⚡ [Retour haut de page](#)

[Suivre sur Twitter](#) | [Suivre sur Facebook](#) | [Faire suivre à un ami](#)

Copyright © 2014 CCI du Gers.

MailChimp.

[Se désabonner](#) | [Mis à jour de vos préférences](#)