



HAL
open science

Les labels. Quels enjeux pour nos territoires alpins ?

Pierre Pech

► **To cite this version:**

Pierre Pech. Les labels. Quels enjeux pour nos territoires alpins ?. agencemars.com, 2021, 978-2-9569484-3-8. halshs-03524719

HAL Id: halshs-03524719

<https://shs.hal.science/halshs-03524719>

Submitted on 26 Jan 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LES ACTES DU COLLOQUE
Mont-Dauphin (Hautes-Alpes)



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



terres
MONVISO
ENTRE FRANCE ET ITALIE
TRA ITALIA E FRANCIA

LES LABELS / I MARCHI

Quels enjeux pour le développement
de nos territoires alpins ?

*Quali sfide per lo sviluppo dei
nostri territori alpini ?*



17
SEPTEMBRE
SETTEMBRE
2021



ORGANISÉ PAR

Guillestrois-Queyras
Communauté de communes



ACCUEILLI PAR

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX



MAIRIE DE
MONT-DAUPHIN

AVEC L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES DU PROJET



Ces actes ont été coordonnés par Pierre Pech,
Professeur émérite des Universités, Université Paris 1 Panthéon
Sorbonne, membre du conseil scientifique du Parc naturel régional du
Queyras et du comité scientifique transfrontalier Terres Monviso

*Questi atti sono stati coordinati da Pierre Pech, Professeur émérite
des Universités, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, componente
del Consiglio scientifico del Parco naturale regionale del Queyras e del
Comitato scientifico transfrontaliero Terres Monviso”*

*These proceedings were coordinated by Pierre Pech, Professor Emeritus
at University of Paris 1 Panthéon Sorbonne, member of the scientific
council of the Queyras Regional Natural Park and of the Terres Monviso
cross-border scientific committee.*



Sommaire

1 - Introduction - *Introduzione - Introduction*

Le mot du Président de la Communauté de communes du Guillestrois-Queyras <i>I saluti del Presidente della Comunità di comuni del Guillestrois-Queyras</i>	4
Le mot du Président du Parc naturel régional du Queyras <i>I saluti del Presidente del parco naturale regionale del Queyras</i>	6
Le programme du colloque <i>Il programma del convegno</i>	8

2 - Les contributions scientifiques - *I contributi scientifici - Scientific contributions*

2.1 - Réserve de biosphère de l'UNESCO, un label ? <i>Riserva della Biosfera dell'UNESCO, un marchio ?</i>	12
2.2 - La marque UNESCO comme outil de gestion et de développement local <i>Il marchio UNESCO come strumento di gestione e sviluppo locale</i>	20
2.3 - La question complexe de la valorisation touristique et patrimoniale au cœur du réseau des géoparcs UNESCO <i>La questione complessa della valorizzazione turistica e patrimoniale al centro della rete di geoparchi UNESCO</i>	30
2.4 - Le "mille-feuille" des labellisations d'aires protégées en France : entre indigestion locale, complémentarité régionale et cohérence nationale <i>Il "millefoglie" delle attribuzioni di marchio alle aree protette in Francia : tra indigestione locale, complementarità regionale e coerenza nazionale</i>	40
2.5 - Les labels UNESCO dans les espaces protégés des Alpes françaises : synergies et limites <i>I marchi UNESCO negli spazi protetti delle Alpi francesi: sinergie e limiti</i>	52
2.6 - La labellisation Flocon Vert, un levier pour la transition des stations de montagne ? <i>L'attribuzione del marchio Flocon Vert, una leva per la transizione delle stazioni di montagna?</i>	62
2.7 - Les ciels (et ce qu'il y a dessous) : la candidature au Patrimoine mondial de l'Astronomie UNESCO comme proposition de développement territorial pour la vallée de Grana <i>I cieli (e quello che c'è sotto): la candidatura Heritage of Astronomy UNESCO come proposta di sviluppo territoriale per la valle Grana</i>	72

3 - Restitution des ateliers de travail - *Restituzione dei workshop - Workshop summaries*

Se questionner ensemble autour des labels / Riflettere insieme sui marchi	80
---	----

4 - Conclusion - *Conclusioni - Conclusion*

Les labels : boîtes à outils ou moteurs pour des territoires hybrides ?	92
---	----

1 - Introduction - Introduzione - Introduction

Dominique Moulin, Président de la Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras



Président de la Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras, Coordinateur transfrontalier du PITER Terres Monviso

Nous avons eu le plaisir de co-organiser aux côtés du Parc naturel régional du Queyras le colloque transfrontalier "Les Labels : quels enjeux pour le développement de nos territoires alpins ?" le vendredi 17 septembre 2021 au sein de la place forte de Mont-Dauphin (Arsenal), site d'exception inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO au titre du Bien en série Sites Majeurs de Vauban.

La question des labels territoriaux est d'actualité. Quelle gestion pérenne de ces labels ? Quelle appropriation par les acteurs locaux ? Quels impacts ? Quelle harmonisation face à une diversité de labels à géométrie territoriale différente ? Autant de thématiques qui ont été abordées à l'occasion de ce colloque afin de réfléchir ensemble, collectivités, scientifiques, acteurs du tourisme, étudiants, à des perspectives d'améliorations opérationnelles au service de nos territoires alpins.

La communauté scientifique a été mobilisée sur cette question grâce à un appel à communication. L'ensemble des contributions est consigné dans le présent ouvrage permettant de partager et d'utiliser le fruit de ces productions (articles) mais également les apports issus des réflexions collectives (ateliers).

Ces travaux scientifiques et ce colloque ont pu être réalisés grâce au soutien du programme européen Alcotra. La dimension transfrontalière constitue la richesse même de ce colloque qui a profité d'interventions et de participants aussi bien italiens que français.

Nous tenons à remercier l'ensemble des partenaires du projet européen Alcotra Terres Monviso, la mairie de Mont-Dauphin et le Centre des monuments nationaux pour l'accueil de l'évènement, les comités d'experts et d'organisation, enfin plus spécifiquement M. Pierre PECH pour avoir assuré la coordination de ces actes.

Vous en souhaitant une bonne lecture.



Presidente della Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras, Coordinatore transfrontaliero del PITER Terres Monviso

Il 17 settembre 2021, abbiamo avuto il piacere di co-organizzare insieme con il Parc naturel régional du Queyras il convegno transfrontaliero "I marchi: quali sfide per lo sviluppo dei nostri territori alpini", all'interno della piazzaforte di Mont-Dauphin (Arsenale), bene culturale d'eccezione iscritto al Patrimonio mondiale dell'Unesco in quanto sito seriale della rete Sites Majeurs de Vauban.

La questione dei marchi territoriali è di attualità. Come gestirli nel tempo? In che modo gli attori locali se ne appropriano? Qual è il loro impatto? Quale armonizzazione rispetto ad una varietà di marchi attribuiti a territori diversi? Si tratta di altrettante tematiche affrontate in occasione del convegno, allo scopo di riflettere insieme - enti, comunità scientifica, operatori del turismo, studenti - sulla possibilità di migliorarne l'operatività a vantaggio dei nostri territori alpini.

Invitata a presentare una comunicazione, la comunità scientifica ha risposto con sollecitudine. L'insieme dei contributi è raccolto nel presente volume al fine di condividere e poter utilizzare i risultati di queste produzioni (articoli) e degli interventi derivanti dalle riflessioni comuni (workshop).

I lavori scientifici e il convegno hanno potuto essere realizzati grazie al sostegno del programma europeo Alcotra. La dimensione transfrontaliera rappresenta la ricchezza stessa di questo evento cui hanno partecipato relatori sia italiani, sia francesi.

Tutti i nostri ringraziamenti vanno ai partner del progetto europeo Alcotra Terres Monviso, al sindaco di Mont-Dauphin, al Centre des Monuments nationaux per avere ospitato l'evento, al comitato di esperti, al comitato organizzativo e, infine, in modo particolare, a Pierre Pech per avere coordinato il lavoro necessario alla stesura degli atti.

Buon lettura



President of the "Community of communes of Guillestrois and Queyras" and Cross-border coordinator of the Terres Monviso PITER

We had the pleasure of co-organising, together with the Queyras Regional Natural Park, the "Labels: what are the challenges for the development of our Alpine territories?" cross-border conference on Friday, September 17, 2021 in the stronghold of Mont-Dauphin (Arsenal), an exceptional heritage site listed as a UNESCO World Heritage Site under the "Vauban Major Sites series".

Territorial labels are a timely issue. What sustainable management for these labels? How do local bodies make them their own? What is their impact? What harmonisation for a diversity of labels with such different territorial characteristics? So many themes that were addressed during this conference, allowing communities, scientists, tourism stakeholders and students to reflect collectively on prospects for operational improvements in the service of our Alpine territories.

The scientific community has been mobilised on this issue through a call for papers. All the contributions have been compiled in this publication, making it possible to share and use the results of these productions (articles) as well as the contributions resulting from collective reflections (workshops).

This scientific work and this conference were made possible thanks to the support of the European program Alcotra. The cross-border dimension constitutes the very richness of this conference, which benefited from presentations and participants from both Italy and France.

We would like to thank all the partners of the Alcotra Terres Monviso European Project, the town hall of Mont-Dauphin and the National Monuments Center for hosting the event, the expert and organizing committees and, more specifically, Mr. Pierre PECH for ensuring the coordination of these proceedings.

Wishing you an inspiring read.



Président du Parc naturel régional du Queyras

Ce colloque était organisé par le Parc naturel régional du Queyras et la Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras et grâce à des financements européens Interreg Alcotra. Plus de 120 personnes ont été présentes en provenance d'horizons variés : des élus d'administrations de l'État et de collectivités territoriales, des agents et des chargés de mission de territoires labellisés, des acteurs associatifs et économiques, des universitaires et des étudiants. Ce public attentif était originaire du territoire mais aussi des deux régions, Sud et Piemonte, et d'autres provenances, en France et à l'international. Ce colloque répondait à des questions que nous nous posons quotidiennement dans nos aires protégées sur la multiplicité, la complémentarité et l'efficacité de ces labels, de ces reconnaissances, de ces désignations pour nos territoires, pour les acteurs économiques et pour les habitants et visiteurs. Rien qu'au niveau du Queyras, on peut citer notamment parc naturel régional, réserve naturelle, réserve de biosphère, réserve biologique intégrale, arrêté de protection de biotope, etc.

On sait aujourd'hui l'importance du label « parc naturel régional » obtenu par le Queyras en 1977 et qui signe une véritable image de marque et une identité forte. À l'heure de la troisième révision de notre charte de Parc, la question de l'appropriation par les habitants et la cohérence avec les autres labels du territoire est toujours à l'ordre du jour.

Ce colloque s'inscrit dans un projet de territoire transfrontalier appelé Terres Monviso qui regroupe plusieurs vallées de montagne françaises et italiennes autour du sommet emblématique du Mont Viso. Au sein de ce projet, le Parc du Queyras, aux côtés de ces partenaires (Parco del Monviso, Parc du Mercantour, Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras entre autres) a pu développer des actions sur les thématiques de Recherche & Développement qui sont au cœur des missions des Parcs naturels régionaux et des Réserves de biosphère. L'objectif est d'initier une politique d'accueil de chercheurs sur son territoire qui doit profiter directement aux acteurs économiques du territoire.



Presidente del Parc naturel régional du Queyras

Il convegno è stato organizzato dal Parc naturel régional du Queyras e dalla Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras, e reso possibile altresì da finanziamenti europei nell'ambito di Interreg Alcotra. Più di centoventi persone hanno preso parte all'evento: amministratori dei servizi dello Stato e degli enti locali, collaboratori e professionisti che operano in territori contrassegnati da un marchio, soggetti appartenenti ad associazioni ed enti economici, docenti universitari e studenti. Il pubblico, sempre particolarmente attento, proveniva dal territorio stesso, dalle due regioni Sud e Piemonte, dalla Francia in generale e dall'estero. Scopo dell'evento è stato fornire risposte ai quesiti che quotidianamente ci poniamo nelle aree protette riguardo la molteplicità, la complementarità e l'efficacia dei marchi, di questi riconoscimenti, di queste designazioni rispetto ai nostri territori, ai soggetti economici, ai residenti e ai visitatori. Soltanto a livello del Queyras, possiamo citare i seguenti label: "parc naturel régional", "réserve naturelle", "réserve de biosphère", "réserve biologique intégrale", "arrêté de protection de biotope", ecc.

Oggi siamo tutti d'accordo sulla rilevanza del marchio "parc naturel régional" ottenuto dal Queyras nel 1977 e simbolo della sua identità più profonda. Nel momento in cui ci accingiamo a provvedere alla terza revisione della carta del Parco, rimangono all'ordine del giorno la questione dell'appropriazione da parte degli abitanti e la coerenza con gli altri marchi del territorio.

Il convegno rientra in un progetto territoriale transfrontaliero denominato "Terres Monviso" che comprende diverse valli alpine francesi e italiane intorno all'iconica vetta del Monviso. Nell'ambito di questo progetto, il parco del Queyras, in collaborazione con i suoi partner (tra i quali, il Parco del Monviso, il Parc du Mercantour, la Communauté de communes du Guillestrois et du Queyras) ha potuto mettere a punto interventi su tematiche legate alla Ricerca & Sviluppo che sono al centro delle missioni dei Parchi naturali regionali e delle Riserve della biosfera. L'obiettivo è avviare una politica di ricerca sul proprio territorio a vantaggio degli operatori economici del territorio stesso.



President of the Queyras Regional Natural Park

Attended by over 120 delegates from various backgrounds (elected officials from state administrations and local authorities, agents and project managers from labeled territories, associative and economic bodies, academics, students...), the conference was jointly organised by the "Regional Natural Park of Queyras" and the "Community of Municipalities of Guillestrois and Queyras" through Interreg Alcotra European funding. The strongly focused audience was both local and from outside the actual territory (Région Sud, Piemonte, France at large, international). The conference thus provided answers to the questions protected areas managers tend to ask themselves, on a daily basis, about the multiplicity, complementarity and effectiveness of territorial labels and designations from the viewpoint of economic actors, residents and visitors (ie: regional natural park, nature reserve, biosphere reserve, integral biological reserve, biotope protection order, etc., for Queyras alone).

We now know the importance of the «regional natural park» label obtained by Queyras in 1977 as a booster of identity and branding. Yet, as we enter the 3rd revision of our Park charter, the matters of ownership by the locals and consistency with the other labels of the territory are still on the agenda.

This conference is part of a cross-border territory project called Terres Monviso, bringing together several French and Italian mountain valleys around the iconic Mount Viso. Within this project, the Parc du Queyras, alongside its partners (Parco del Monviso, Parc du Mercantour, Community of municipalities of Guillestrois and Queyras among others) was able to develop actions on Research & Development themes, which are at the heart of the missions of regional natural parks and biosphere reserves. The end goal is to initiate a policy of attracting researchers which should, in turn, directly benefit the economic players in the territory.

Le programme du colloque

- 9H00 Introduction de la journée - Mots de bienvenue des autorités
Introduzione alla giornata - Benvenuto delle autorità
- 9H30 Apport de connaissances et d'analyse - Objectivation par des scientifiques, initiateurs de labels et opérationnels des territoires
Contributo di conoscenze e di analisi - Oggettivazione da parte di scienziati, creatori dei marchi e operatori dei territori
- 9H45 Présentations - Débat 1 : Des labels pour quels territoires ?
Presentazioni - Dibattito 1 : Marchi per quali territori ?
- Réserve de biosphère de l'UNESCO, un label ?
Riserva della Biosfera dell'UNESCO, un marchio ?
Catherine Cibien, MAB France
 - La marque UNESCO comme outil de gestion et de développement local
Il marchio UNESCO come strumento di gestione e sviluppo locale
Paola Borrione, Alessio Re, Erica Meneghin, Andrea Porta, chercheurs à la Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura / *ricercatori presso la Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura*
 - La question complexe de la valorisation touristique et patrimoniale au cœur du réseau des géoparc UNESCO
La questione complessa della valorizzazione turistica e patrimoniale al centro della rete di geoparchi UNESCO
Christel Venzal, universitaire, Maître de conférences, Pau, géographe / *universitaria, docente, Pau, geografo*
 - Les labels UNESCO dans les espaces protégés des Alpes françaises : synergies et limites
I marchi UNESCO negli spazi protetti delle Alpi francesi : sinergie e limiti
Christophe Gauchon, universitaire, Professeur des universités, Savoie-Mont Blanc, géographe / *universitario, professore universitario, Savoie-Mont Blanc, geografo*
 - Le "mille-feuille" des labellisations d'aires protégées en France : entre indigestion locale, complémentarité régionale et cohérence nationale
Il "millefoglie" delle attribuzioni di marchio alle aree protette in Francia : tra indigestione locale, complementarità regionale e coerenza nazionale
Damien Marage, professeur des universités, Laboratoire ThéMA, Université de Franche-Comté / *professore universitario, Laboratorio ThéMA, Università di Franca Contea*

- 11H15 Présentations - Débat 2 : Quels usages des labels ?
Presentazioni - Dibattito 2 : Quali usi dei marchi ?
- La labellisation Flocon Vert, un levier pour la transition des stations de montagne ?
L'attribuzione del marchio Flocon Vert, una leva per la transizione delle stazioni di montagna ?
Anouk Bonnemains, maître-assistante suppléante, UNIL / vice professore assistente, UNIL, Christophe Clivaz, politologue, professeur associé, UNIL / politologo, professore associato, UNIL, Camille Rey-Gorrez, directrice de l'Association Mountain Riders initiatrice du label Flocon Vert / *direttrice dell'Associazione Mountain Riders promotrice del marchio Flocon Vert*
 - Les ciels (et ce qu'il y a dessous) : la candidature au Patrimoine mondial de l'Astronomie UNESCO comme proposition de développement territorial pour la vallée de Grana
I cieli (e quello che c'è sotto): la candidatura Heritage of Astronomy UNESCO come proposta di sviluppo territoriale per la valle Grana
Claudio Luciano, président association culturelle La Cevitou / *presidente d'associazione culturale La Cevitou*, Gabriele Orlandi, doctorant en anthropologie, Aix-Marseille Université / *dottorando in antropologia, Aix-Marseille Université*, Federico Pellegrino, responsable projet Heritage, Écomusée Terra del Castelmagno / *responsabile progetto Heritage, Écomusée Terra del Castelmagno*
- 12H15 Transition - Synthèse de la matinée et présentation des ateliers de l'après-midi
Transizione - Sintesi della mattinata e presentazione dei laboratori del pomeriggio
- 14H00 Introduction - Rappel des règles de fonctionnement des ateliers
Introduzione - Riepilogo delle regole di funzionamento dei laboratori
- 14H10 Se questionner ensemble autour des labels
Ateliers autour des questions concrètes que se posent les acteurs des territoires alpins voire au-delà : Quels impacts sur les territoires ? Comment améliorer les synergies entre les labels ? Quelle gouvernance pour une efficacité d'action ?
Interrogarsi insieme sui marchi
Laboratori su questioni concrete che si pongono gli attori dei territori alpini ed anche oltre : Quali impatti sui territori ? Come migliorare le sinergie tra i marchi ? Quale governance per un'efficienza d'azione ?
- 16H00 Restitution des ateliers
Présentation des principales idées abordées dans les différents ateliers.
Chiusura e risultati dei laboratori
Presentazione delle principali idee affrontate nei vari laboratori.
- 16H40 Clôture de la rencontre
Synthèse de la rencontre par Pierre Pech, professeur des universités, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, membre du conseil scientifique du Parc naturel régional du Queyras
Chiusura dell'incontro
Sintesi dell'incontro a cura di Pierre Pech, professore universitario, Università Paris 1 Panthéon Sorbonne, membro del consiglio scientifico del Parc naturel régional du Queyras

Comité d'experts

Nous remercions tout particulièrement les membres du Comité d'experts pour leur implication :

- **Martine Chalvet**, Maître de conférences, Université Aix-Marseille
- **Catherine Cibien**, Directrice MAB France
- **Barbara Curli**, professeur d'université, Dipartimento di Culture Politica e Società Università di Torino
- **Egidio Dansero**, professore ordinario, Università di Torino
- **Maryse Deguergue**, professeur d'université, professeur émérite, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- **Jean-Christophe Dissart**, professeur d'université, Université Grenoble-Alpes
- **Christophe Gauchon**, professeur d'université, Université de Savoie
- **Jean-Marc Lopez**, chef du pôle développement touristique national, Centre des monuments nationaux
- **Damien Marage**, professeur d'université, Université de Franche-Comté, Besançon
- **Marylise Ortiz**, directrice, Association sites et cités remarquables de France
- **Pierre Pech**, professeur d'Université, Comité scientifique PNR Queyras et PITER
- **Ken Reyna**, directeur du PNR du Ventoux
- **Anne Sgard**, professeur d'université, Université de Genève
- **Laurent Simon**, professeur d'université, professeur émérite, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- **Brigitte Talon**, maître de conférences, Université Aix-Marseille
- **Martin Vanier**, professeur d'université, Institut d'urbanisme de Marne la Vallée et consultant au bureau d'études Acadie

Comité d'organisation

- **Hélène Berthier**, coordinatrice de la Réserve de biosphère transfrontière du Mont-Viso, PNR Queyras
- **Chloé Cottaz-Calais**, chef de projet Programmes européens Patrimoine Vauban UNESCO, Communauté de communes Guillestrois-Queyras
- **Florence Donnadieu**, responsable service Culture et Patrimoine, CCVUSP
- **Isabelle Fouilloy Jullien**, administrateur Place forte de Mont-Dauphin, Centre des Monuments Nationaux
- **Emeline Laisney**, chargée de communication L'agence Mars, pôle conseil et organisation logistique
- **Pascale Lami**, chef de projet L'agence Mars, pôle conseil et organisation logistique
- **Gaëlle Le Bloa**, Génopé, pôle organisation scientifique et animation du colloque
- **Lucie Mathieu**, service aménagement du territoire, Communauté de communes de Serre-Ponçon
- **Pierre Pech**, Professeur émérite des Universités, conseil scientifique du Parc naturel régional du Queyras et Terres Monviso
- **Aude Tochon-Danguy**, animatrice de l'Architecture et du Patrimoine, service Culture-Pays d'Art et d'Histoire, Pays S.U.D

2 - Les contributions scientifiques

I contributi scientifici - Scientific contributions

- 2.1 - Réserve de biosphère de l'UNESCO, un label ? 12
Riserva della Biosfera dell'UNESCO, un marchio?
Catherine Cibien, MAB France
- 2.2 - La marque UNESCO comme outil de gestion et de développement local 20
Il marchio UNESCO come strumento di gestione e sviluppo locale
Paola Borrione, Alessio Re, Erica Meneghin, Andrea Porta, Ricercatori presso la Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura
- 2.3 - La question complexe de la valorisation touristique et patrimoniale au cœur du réseau des géoparc UNESCO 30
La questione complessa della valorizzazione turistica e patrimoniale al centro della rete di geoparchi UNESCO
Christel Venzal, universitaire, Maître de conférences, Pau, géographe
- 2.4 - Le "mille-feuille" des labellisations d'aires protégées en France : entre indigestion locale, complémentarité régionale et cohérence nationale 40
Il "millefoglie" delle attribuzioni di marchio alle aree protette in Francia : tra indigestione locale, complementarità regionale e coerenza nazionale
Damien Marage, Professeur des Universités, Laboratoire ThéMA, Université de Franche-Comté
- 2.5 - Les labels UNESCO dans les espaces protégés des Alpes françaises : synergies et limites 52
I marchi UNESCO negli spazi protetti delle Alpi francesi : sinergie e limiti
Christophe Gauchon, universitaire, Professeur des universités, Savoie-Mont Blanc, géographe
- 2.6 - La labellisation Flocon Vert, un levier pour la transition des stations de montagne ? 62
L'attribuzione del marchio Flocon Vert, una leva per la transizione delle stazioni di montagna?
Anouk Bonnemains, maître-assistante suppléante, UNIL, Christophe Clivaz, politologue, professeur associé, UNIL Camille Rey-Gorrez, directrice de l'Association Mountain Riders initiatrice du label Flocon Vert
- 2.7 - Les ciels (et ce qu'il y a dessous) : la candidature au Patrimoine mondial de l'Astronomie UNESCO comme proposition de développement territorial pour la vallée de Grana 72
I cieli (e quello che c'è sotto): la candidatura Heritage of Astronomy UNESCO come proposta di sviluppo territoriale per la valle Grana
Claudio Luciano, président association culturelle La Cevitou, Gabriele Orlandi, doctorant en anthropologie, Aix-Marseille Université, Federico Pellegrino, responsable projet Heritage, Écomusée Terra del Castelmagno

2.1 - Réserve de biosphère de l'UNESCO, un label ? *Riserva della Biosfera dell'UNESCO, un marchio ?*

Catherine Cibien, MAB France

Synthèse - Sintesi - Synthesis



Réserve de biosphère de l'UNESCO, un label ?

Les réserves de biosphère sont une désignation de l'UNESCO accordée à un territoire pour la mise en œuvre des objectifs de développement durable. Les premières réserves de biosphère naissent en 1976. Elles sont conçues comme sites de démonstration du programme scientifique sur l'Homme et la biosphère, MAB, Man and Biosphere. Le programme MAB propose de mobiliser les sciences naturelles et les sciences humaines pour une utilisation plus rationnelle et durable des ressources de la biosphère. Il cherche à développer la capacité des humains à mieux conserver et gérer les ressources tout en veillant au bien-être des populations, et ce à l'échelle de la planète. Chaque réserve met en œuvre un plan de gestion et un zonage qui distingue les fonctions des secteurs, en allant de la protection à l'usage de la nature. La reconnaissance en Réserve de biosphère par l'UNESCO implique une gouvernance qui doit associer les différentes parties prenantes et les populations locales à la gestion. Le dialogue territorial, les démarches participatives, la gestion des conflits sont encouragés. Des moyens doivent être déployés pour établir un projet global et cohérent de développement durable à l'échelle d'un territoire national et/ou transfrontalier. Son organisation et ses fonctions confèrent à chaque réserve de biosphère la capacité à intégrer d'autres types de reconnaissance et labels à vocation plus ciblée, avec le développement d'expériences locales en harmonie avec les cultures et la nature.



Riserva della Biosfera dell'UNESCO, un marchio ?

Le Riserve della Biosfera sono una designazione dell'UNESCO attribuita ad un territorio al fine della realizzazione di obiettivi di sviluppo sostenibile. Le prime Riserve della Biosfera sono state istituite nel 1976 e intese come siti dimostrativi per il programma scientifico "Man and Biosphere" (MAB). Il programma MAB si propone di coinvolgere le scienze naturali e umane ai fini di un uso più razionale e sostenibile delle risorse della biosfera e di sviluppare la capacità degli esseri umani di conservare e gestire al meglio le risorse garantendo al contempo il benessere delle persone su scala globale. Ogni singola riserva provvede all'implementazione di un piano di gestione e di zonizzazione che distingue le funzioni dei settori: dalla protezione all'uso della natura. Il riconoscimento come Riserva della Biosfera da parte dell'UNESCO implica una *governance* che coinvolga i vari portatori d'interesse e le popolazioni locali nella gestione. Vengono promossi il dialogo territoriale, gli approcci partecipativi e la gestione dei conflitti. Devono essere dedicate risorse ai fini della realizzazione di un progetto globale e coerente di sviluppo sostenibile a livello di un territorio nazionale e/o transfrontaliero. La sua organizzazione e le sue funzioni conferiscono ad ogni Riserva della Biosfera la capacità di integrare altri tipi di riconoscimenti e marchi più mirati, con lo sviluppo di esperienze locali in sintonia con le culture e la natura.



UNESCO Biosphere Reserve: a quality certification?

Biosphere Reserves are a UNESCO designation granted to a geographical area for the implementation of sustainable development goals. The first biosphere reserves were established in 1976 as testing ground for the Man and Biosphere (MAB) science programme, whose aim is to promote a more rational and sustainable use of the resources of the biosphere using natural and social sciences.

MAB seeks to develop humanity's ability to better conserve and manage resources while ensuring the well-being of populations on a global scale. Each reserve implements a management and zoning plan taking its specificities into account, ranging from protection to the use of nature.

Recognition as a Biosphere Reserve by UNESCO implies a model of governance involving both various stakeholders and local populations. Territorial dialogue, participatory approaches and conflict management are encouraged. Means must be deployed to establish a comprehensive and coherent sustainable development project on the scale of a national and or cross-border sites.

Its organisation and functions give each biosphere reserve the capacity to integrate other types of recognition and labels with a more targeted vocation, along with the development of local experiences in harmony with cultures and nature.

Introduction

La Réserve de biosphère est l'une des trois reconnaissances internationales que l'UNESCO accorde à des sites, avec le classement au titre du Patrimoine mondial et plus récemment le Géoparc mondial.

Les premières réserves de biosphère naissent en 1976, comme sites de démonstration du programme scientifique sur l'Homme et la biosphère (MAB, Man and biosphere). Le MAB propose de mobiliser les sciences naturelles et les sciences humaines et sociales pour une utilisation plus rationnelle et durable des ressources de la biosphère. Il cherche à développer la capacité des humains à mieux conserver et gérer les ressources tout en veillant au bien-être des populations, et ce à l'échelle de la planète. Le Programme MAB se met en œuvre dans une grande diversité de situations géographiques, écologiques, politiques, culturelles... sur des sites qui seront nommés "Réserves de biosphère".

Les premières années, les États proposent à l'Unesco des sites où l'activité scientifique est importante, mais, au fil du temps, il deviendra nécessaire de préciser les contours et les attendus des Réserves de biosphère, ainsi que leurs modalités de fonctionnement. C'est lors d'une conférence mondiale à Séville que deux textes fondateurs et liés seront établis, puis officiellement adoptés à l'unanimité par les États membres de la Conférence générale de l'UNESCO : la stratégie de Séville et le Cadre statutaire du Réseau mondial de Réserves de biosphère (UNESCO 1996). Ces textes restent aujourd'hui toujours d'actualité et les territoires candidats pour devenir Réserve de biosphère doivent s'y conformer pour être officiellement désignés par l'UNESCO et intégrés au Réseau mondial. Ainsi, ces textes définissent les caractéristiques qu'un territoire durable doit remplir.

Caractéristiques principales des Réserves de biosphère

Selon la Stratégie de Séville et le Cadre statutaire du Réseau mondial de Réserves de biosphère, chaque site doit remplir trois fonctions complémentaires et interconnectées (Fig. 1) de conservation de la diversité naturelle dans le respect des valeurs culturelles, du développement économique et social des populations, et d'appui logistique par la recherche, le suivi scientifique, l'éducation, la formation, la sensibilisation.



Figure 1. Les trois fonctions des Réserves de biosphère

Pour assumer efficacement ces trois fonctions sur le terrain et leur équilibre, chaque Réserve de biosphère doit mettre en place un zonage à trois niveaux (Fig. 2). Il comprend une ou plusieurs aires protégeant à long terme la biodiversité, généralement par des moyens réglementaires ou éventuellement fonciers (aires centrales), incluses dans une zone tampon où seules des activités peu impactantes sont autorisées et qui vont contribuer à renforcer l'efficacité des aires protégées.

Ces zones tampons jouent aussi un rôle de corridors écologiques. Autour, se trouvent les lieux où se déroulent tous types d'activités humaines, villes et villages... Là, se déroulent des programmes dévolus à la recherche de durabilité, en liens avec la population (zone dite de transition ou de coopération). Dans la réalité, ce zonage théorique se décline de nombreuses manières en fonction des caractéristiques locales. Il permet ainsi d'inclure dans une approche cohérente de gestion durable du territoire des sous-ensembles présentant des caractéristiques diverses, tant sur le plan de leur réalité que de leurs statuts : les aires centrales, lieux de nature, peuvent être différents types

d'aires protégées (réserves naturelles, arrêtés de protection de biotope, cœur de parc national, parfois reconnues aussi au titre du patrimoine mondial ou d'autres types de protection...). Les zones tampons peuvent aussi avoir différents statuts locaux, nationaux ou européens (Natura 2000, forêt publique ayant des plans de gestion durable, parc naturel régional...). Dans les zones de transition, la mise en place de diverses politiques relatives au développement durable sont encouragées (Agendas 21 ou 2030, PÉTR, politiques visant le développement local, souvent au moyen de fonds européens souvent, mise en valeur des patrimoines...).



Figure 2. Zonage théorique des Réserves de biosphère

La reconnaissance en Réserve de biosphère par l'UNESCO implique une gouvernance, qui doit associer les différentes parties prenantes et les populations locales à la gestion. Le dialogue territorial, les démarches participatives, la gestion des conflits sont encouragés. Ceci se traduit par des ateliers, instances, groupes de travail ou des projets impliquant les acteurs locaux (le projet "Charte des éco acteurs" encourage ainsi les entreprises ou associations à s'engager à plus de durabilité par de la formation, de l'accompagnement et du réseautage).

Chaque Réserve de biosphère doit aussi être dotée d'une politique de gestion, document largement discuté qui va formaliser ses axes de travail à moyen et long terme. Un examen périodique est formellement prévu tous les 10 ans, qui vérifie que les sites remplissent bien leurs fonctions et les critères du Cadre statutaire, et qui permettra la mise à jour et l'adaptation de la politique de gestion aux enjeux du moment.

Depuis 1976, 727 réserves dans 131 pays, dont 22 sites transfrontaliers (données 2021, UNESCO), distribuées à travers le monde :

- 86 sites dans 31 pays d'Afrique
- 35 sites dans 14 pays des États Arabes
- 168 sites dans 40 pays d'Asie et du Pacifique
- 306 sites dans 24 pays d'Europe et d'Amérique du Nord
- 132 sites dans 22 pays d'Amérique latine et des Caraïbes.

La France compte 16 réserves de biosphère (données 2021) (Fig. 3).

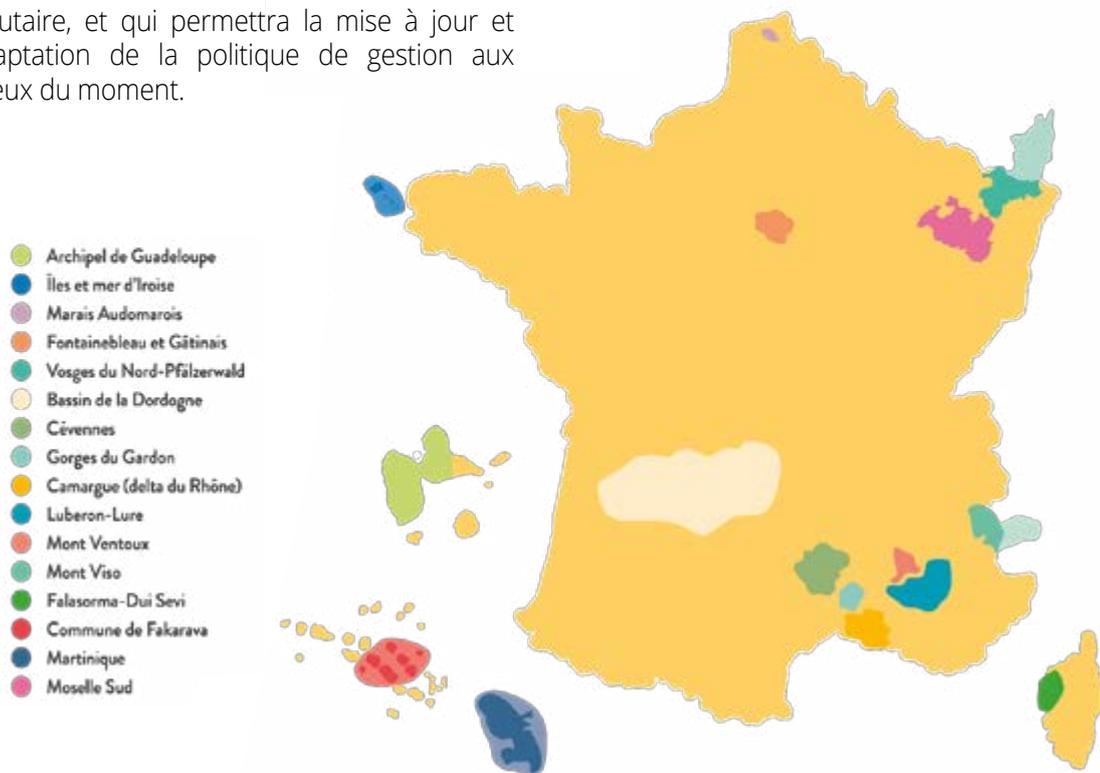


Figure 3. Le réseau français de 16 réserves de biosphère (données 2021)

50 ans après le démarrage du programme MAB, ses objectifs ont été largement partagés au niveau mondial et complétés par l'adoption de nouvelles stratégies et plans d'action, les derniers en 2016. La stratégie et le Plan d'action de Lima (UNESCO 2017) inscrivent le Réseau mondial des Réserves de biosphère comme sites de mise en œuvre et de démonstration des Objectifs de développement Durable (ODD) de l'agenda 2030 des Nations Unies.

La désignation en Réserve de biosphère contribue-t-elle à des actions concrètes sur les territoires, de quels types et pour quels enjeux ? Contribue-t-elle à des innovations économiques et sociales ?

Attentes des territoires qui cherchent à devenir Réserve de biosphère ?

Étalée sur plusieurs décennies, la construction du réseau mondial de Réserves de biosphère a impliqué des évolutions profondes de ce qu'il représente localement, ainsi que de la façon dont il est géré par chaque état membre et au niveau de l'UNESCO.

Les premières années (de 1976 à 1980), des scientifiques proches du MAB proposaient des sites connus pour leur biodiversité exceptionnelle, ainsi étaient reconnus au niveau mondial : l'atoll de Taiaroa en Polynésie française, la vallée du Fango en Corse, la Camargue. Ce sera ensuite la reconnaissance d'un lien Homme-nature positif qui a été recherchée par le Parc national des Cévennes (1985), dont le cœur habité était critiqué dans certains cercles de protection de la nature. Et plus tard (1992) pour le Parc national de Guadeloupe, à proximité d'une forte population.

L'inscription internationale au titre du MAB a aussi permis à certains territoires de renforcer ou de faire reconnaître leur lien avec le monde

scientifique (Iroise, Vosges du Nord, Luberon, Mont Ventoux, Fontainebleau - Gâtinais). Améliorer la dimension éducative du territoire a aussi été déterminant, comme par exemple dans le Parc naturel régional du Luberon dont la désignation en Réserve de biosphère a servi de levier à la création d'un important service pédagogique.

Les Réserves de biosphère les plus récentes (Bassin de la Dordogne, marais Audomarois, Gorges du Gardon, Moselle-Sud, Martinique) renforcent leur identité territoriale par cette désignation internationale et l'utilisent pour créer un nouvel élan en matière de durabilité appuyé sur une participation citoyenne revitalisée.

L'UNESCO reconnaît de façon spécifique, en tant que Réserve de biosphère transfrontière, la coopération et la recherche de projets communs sur des territoires que la géographie et l'histoire ont placés de part et d'autre d'une frontière. Le cadre souple et officiel pour cette coopération est sans nul doute déterminant pour le Mont Viso. Il apporte une lisibilité aux coopérations culturelles, éducatives, scientifiques et économiques qui nourrissent chaque partie nationale. Il est aussi inspiré par l'exemple franco-allemand des Vosges du Nord - Pfälzerwald plus ancien, à l'organisation très opérationnelle : des projets nombreux et variés (de conservation d'espèces (Lynx, grand tétras...) ou d'écosystèmes (ruisseaux, forêts), de développement économique, d'éducation, de muséographie, de recherche... sont validés par un comité de coordination actif. Côté français, la Réserve de biosphère s'appuie sur un Parc naturel régional, qui a identifié dans sa charte les sujets à traiter en transfrontalier, et donc dans le cadre de la Réserve de biosphère transfrontière.

Discussion – Conclusion

Chaque Réserve de biosphère est donc invitée à mettre en œuvre les textes internationaux (plans d'action) au niveau local. Elle a donc sa propre dynamique, plus ou moins active et visible, suivant son portage politique, son organisation, et les moyens spécifiques qui lui sont alloués.

Les comités nationaux du MAB développent des échanges entre sites, diffusent des informations, proposent des démarches, projets et activités concernant le réseau. Pour accompagner la transition écologique des territoires en encourageant les habitants et acteurs socioéconomiques, des trophées des Réserves de biosphère sont organisés en France, récompensant chaque année des projets innovants et prometteurs. Les réseaux d'écoacteurs sont constitués par un partenariat entre les Réserves de biosphère et des acteurs engagés vers des progrès dans le domaine du développement durable dont ils deviennent des ambassadeurs. L'engagement des jeunes, priorité internationale, est aussi promu et accompagné.

La désignation en Réserve de biosphère par l'UNESCO est bien un label territorial puisqu'elle implique de maintenir un ensemble de critères définis par des textes et un rapportage régulier à l'état membre et à l'UNESCO. Les textes qui les régissent impliquent une obligation de moyens (un zonage, une gouvernance, une politique de gestion pour mettre en œuvre les 3 fonctions complémentaires), et non une obligation de résultats comme plusieurs autres labels (protection de la valeur universelle exceptionnelle pour le patrimoine mondial par exemple, ou l'intégrité d'un site pour d'autres reconnaissances).

Outre le cadre de travail pour une approche équilibrée en faveur de la mise en œuvre des Objectifs de développement durable proposé par la Réserve de biosphère, un de ses intérêts réside dans sa capacité à intégrer différents types de reconnaissance et de labels, d'associer les acteurs dans une projet global et cohérent de développement durable à l'échelle d'un territoire national et aussi en transfrontalier. À condition de disposer d'un support politique, d'une animation et de moyens adéquats, elle peut constituer une plateforme très utile de dialogue, d'échanges, de décloisonnement et de mobilisation en faveur de la durabilité. Basée sur la valorisation des bonnes pratiques, locales ou identifiées au travers des échanges dans le réseau mondial, elle est un dispositif très approprié pour affronter les défis de transition qui se présentent à nous, notamment d'atténuation urgente et d'adaptation au changement climatique, et d'érosion de la biodiversité. Il est en effet à souhaiter que les changements essentiels à venir suscitent localement de débats ouverts, constructifs, éclairés par les connaissances scientifiques et vernaculaires, afin d'identifier collectivement de nouvelles voies de développement. Cette fonction majeure de plateforme de dialogue reste malheureusement méconnue, trop confidentielle, insuffisamment mobilisée. Les Réserves de biosphère de l'UNESCO ont donc un rôle essentiel à jouer dans le développement local des territoires, non pas, comme c'est parfois imaginé, du fait d'une image touristique positive liée à son label UNESCO prestigieux, mais bien plus en aidant par le dialogue à l'émergence d'un monde nouveau.

Références

UNESCO 1996. Réserves de biosphère : la Stratégie de Séville et le Cadre statutaire du Réseau mondial. UNESCO Paris

UNESCO 2017. A New Roadmap for the Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves. MAB Strategy (2015-2025), Lima Action Plan (2016-2025), Lima Declaration. Unesco, Paris.



2.2 - La marque UNESCO comme outil de gestion et de développement local *Il marchio UNESCO come strumento di gestione e sviluppo locale*

Paola Borrione, Alessio Re, Giulia Avanza, Andrea Porta, Ricercatori presso la Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura

Synthèse - Sintesi - Synthesis



La marque UNESCO comme outil de gestion et de développement local

Mots-clés : Label UNESCO, désignations UNESCO, Agenda 2030, développement local

Cet article, s'appuyant sur la littérature consacrée aux labels et aux certifications territoriales, approfondit le thème des impacts socio-économiques des différentes appellations territoriales, culturelles et environnementales de l'UNESCO : Patrimoine mondial, Réserves de Biosphère, Géoparc Mondiaux, Villes Créatives, Patrimoine culturel immatériel.

Les différents labels de l'UNESCO sont indubitablement des outils d'une grande efficacité pour la conservation et la valorisation des ressources culturelles et naturelles des territoires et permettent la création de connexions, de partenariats et de réseaux de coopération internationale. Ils donnent également une visibilité et une attractivité, y compris touristique, aux territoires et aux populations en mobilisant les ressources et en favorisant la mise en œuvre de projets et d'initiatives entrepreneuriales, augmentant ainsi la qualité globale de la gestion des ressources territoriales et des communautés impliquées. La réalisation de cet énorme potentiel repose cependant sur quelques éléments fondamentaux : l'efficacité des instances de gouvernance de gestion opérationnelle des territoires, l'adoption d'un modèle de développement réellement durable et en capacité à répondre aux enjeux en cours, la maximisation des impacts et des bénéfices du label pour la population locale et les différentes parties prenantes.

Cet article explore ces thèmes à travers l'analyse comparée de cas d'étude retenus parmi les sites partenaires de l'Académie internationale sur les désignations de l'UNESCO et le développement durable, créée en 2015 en partenariat avec l'UNESCO et la Fondazione Santagata.



Il marchio UNESCO come strumento di gestione e sviluppo locale

Parole chiave: marchio UNESCO, designazioni UNESCO, Agenda 2030, sviluppo locale

Il paper, prendendo avvio dalla letteratura sui marchi e le certificazioni di territorio, approfondisce il tema degli impatti socioeconomici associati allo status UNESCO, declinato nelle sue principali designazioni territoriali culturali e naturali, World Heritage, Biosphere Reserves, Global Geoparks, Creative Cities, Intangible Cultural Heritage.

Le diverse designazioni UNESCO sono indubbiamente uno strumento di grande efficacia per la conservazione e valorizzazione delle risorse culturali e naturali dei territori; per la creazione di connessioni, partenariati e reti collaborative internazionali; nel fornire visibilità e attrattività, anche turistica, ai territori e alle comunità coinvolti; nel mobilitare risorse e favorire la nascita di progettualità e iniziative imprenditoriali, contribuendo quindi ad aumentare la qualità complessiva della gestione del capitale territoriale e comunitario interessato. La realizzazione di questo grande potenziale dipende però da alcuni elementi fondamentali: l'efficacia degli strumenti di governance e di gestione operativa dei territori; l'adozione di modelli di sviluppo realmente sostenibile e capace di rispondere alle sfide attuali; la massimizzazione di impatti e benefici del marchio per le comunità locali e per i diversi portatori di interesse coinvolti.

Il paper esplora questi temi attraverso una lettura comparata di alcuni casi studio selezionati tra quelli che fanno parte della Community della "International Academy of UNESCO designations and Sustainable Development" promossa, a partire dal 2015, dal partenariato tra UNESCO e Fondazione Santagata.



The UNESCO brand as a tool for management and local development

Keywords: UNESCO label, UNESCO designations, agenda 2030, local development

Based on the literature on trademarks and territorial certifications, this article explores the theme of socio-economic impacts associated with UNESCO status in its main territorial, cultural and natural designations: World Heritage, Biosphere Reserves, Global Geoparks, Creative Cities, Intangible Culture Heritage.

These various UNESCO designations are undoubtedly very effective tools for (I) the conservation and enhancement of the cultural and natural resources of the considered sites; (II) the creation of international connections, partnerships and collaborative networks; (III) increasing the visibility and attractiveness, (tourism included) of the territories and communities concerned; (IV) mobilising resources and promoting new projects as well as entrepreneurial initiatives, thus helping to expand the overall quality of the management of the territorial and community's assets.

However, the realisation of this great potential depends on some fundamental elements: (I) the effectiveness of governance tools and operational management in the territories; (II) the adoption of genuine models of sustainable development capable of responding to current challenges; (III) the optimisation the impact and benefits of the brand for local communities and for the various stakeholders involved.

The article explores these questions through a comparative reading of some case studies selected from the «International Academy on UNESCO Designations and Sustainable Development» Community, a programme promoted by the partnership between UNESCO and the Santagata Foundation since 2015.

Introduzione

Prendendo avvio dalla letteratura sui marchi e le certificazioni di territorio, questo articolo approfondisce il tema degli impatti socioeconomici associati allo status UNESCO, declinato nelle sue principali designazioni territoriali culturali World Heritage, Intangible Cultural Heritage, Creative Cities; e naturali, Biosphere Reserves, Global Geoparks,

Le diverse designazioni UNESCO sono indubbiamente uno strumento di grande efficacia per la conservazione e valorizzazione delle risorse culturali e naturali dei territori; per la creazione di connessioni, partenariati e reti collaborative internazionali; nel fornire visibilità e attrattività, anche turistica, ai territori e alle comunità coinvolti; nel mobilitare risorse e favorire la nascita di progettualità e iniziative imprenditoriali, contribuendo quindi ad aumentare la qualità complessiva della gestione del capitale territoriale e comunitario interessato. La realizzazione di questo importante potenziale dipende però da alcuni elementi fondamentali: l'efficacia degli strumenti di governance e di gestione operativa dei territori; l'adozione di modelli di sviluppo realmente sostenibile e capace di rispondere alle sfide attuali; la massimizzazione di impatti e benefici del marchio per le comunità locali e per i diversi portatori di interesse coinvolti.

L'articolo, partendo dall'analisi illustrata nel volume "Un marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza: dai siti UNESCO ai luoghi italiani della cultura, dell'arte e del paesaggio" a cura di Luca Moreschini, Giovanni Ramello e Walter Santagata (MIBACT, CSS Ebla, Rubbettino editore, 2016), esplora questi temi attraverso una lettura comparata di due casi studio selezionati tra quelli che fanno parte della Community della "International Academy on UNESCO Designations and Sustainable Development" promossa, a partire dal 2015, dal partenariato tra UNESCO e Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura.

Dal territorio al marchio

La certificazione si è progressivamente affermata come strumento per creare o rafforzare il posizionamento territoriale a livello locale, nazionale e internazionale al fine di attrarre turisti, favorire il mercato e gli investimenti locali. Analogamente a quanto avvenuto per i prodotti di consumo, anche i territori sono diventati sempre più spesso oggetto di competizione.

E' possibile individuare cinque principali modelli di applicazione di questi strumenti:

1. *Place e origin branding*: implica il «brandizzare» un prodotto utilizzando l'immagine del suo territorio d'origine (e le qualità sottostanti questa immagine).
2. *Nation branding*: è utilizzato sia con finalità turistiche sia per attrarre investimenti verso un paese. Si tratta di un filone molto in voga sviluppato tra gli altri da Simon Anholt, consulente specializzato in reputazione e identità nazionale.
3. *Culture/Entertainment branding*: questa forma è legata all'utilizzo del branding culturale e degli eventi per creare effetti economici e sociali soprattutto in ambito urbano. A questo filone si ricollega anche la diffusione di edifici-landmark progettati dalle cosiddette «archistar».
4. *Destination branding*: il filone forse finora maggiormente indagato e legato al branding delle destinazioni turistiche, consiste «nell'utilizzare strategie di marketing per promuovere l'immagine della destinazione, i suoi prodotti e la sua attrattività come meta turistica».
5. *Place/city branding*. Vi sono vari tipi di place branding e in particolare si possono citare la nomenclatura geografica, il co-branding luogo-prodotto, e il branding come strumento di management territoriale.

Per capire meglio le certificazioni applicabili alle varie destinazioni, così come quelle applicabili alle imprese, ai servizi e ai prodotti turistici, e le differenti funzioni dei marchi, vale in ogni caso la pena chiarire alcuni aspetti essenziali. Se guardiamo al settore turistico, esistono centinaia di differenti certificazioni, e ognuna di esse utilizza approcci e scale di applicazione territoriale differenti, creando un certo grado di confusione, anche attraverso la sovrapposizione di etichette, che rischiano spesso di essere controproducenti.

Se parliamo di certificazioni volontarie, si possono infatti distinguere due grandi famiglie:

- *I sistemi di gestione.* Per "sistemi di gestione" si intendono tutti i sistemi organizzativi implementati nelle imprese in riferimento ai requisiti espressi da una serie di norme nazionali e internazionali tra le quali, per esempio, ISO 9001 e, per quanto riguarda i sistemi di gestione ambientale, l'ISO 14001, EMAS, ecc. Obiettivo di tali certificazioni, non cogenti, è il miglioramento della competitività, la riduzione dell'impatto ambientale, la maggiore garanzia per i fornitori, ecc.
- *I marchi di qualità.* I marchi di qualità hanno la funzione di certificare che i prodotti, i servizi e i territori ai quali vengono attribuiti abbiano determinate caratteristiche qualitative e/o siano stati prodotti/erogati seguendo determinati procedimenti. Tali marchi possono essere di iniziativa pubblica o privata.

Sorge spontanea la domanda sull'effettiva necessità, efficacia, e corretto utilizzo di questi marchi che crescono ogni giorno di più in numero e varietà. Tutto ciò è dovuto in gran parte all'aumento delle sensibilità etiche e relative alla sostenibilità ambientale che a partire dagli anni 70/80' del 900' hanno interessato il mondo del turismo, (e non solo).

Prendendo in considerazione il lato della domanda nel settore turistico, si può affermare

che la scelta tra una meta turistica e un'altra si basi su una serie di aspetti che sono sempre più legati alla variabile qualità, anche in ottica di sostenibilità a tutto tondo, sia per quel che riguarda le caratteristiche paesaggistiche, naturalistiche e storico-culturali dei luoghi visitati, sia per quel che riguarda l'accoglienza della comunità ospitante e il servizio turistico e ricettivo in senso stretto.

Se consideriamo invece il lato dell'offerta nel medesimo settore possiamo affermare che questa dinamica è legata all'esigenza di differenziare servizi e prodotti anche grazie alla segnalazione della qualità ambientale e culturale che essi incorporano, in un quadro internazionale sempre più competitivo.

Il marchio UNESCO come leva di sviluppo locale

In questo scenario di riconoscimento e certificazione dei territori, intesi come destinazioni turistiche, ma non solo, si inserisce la galassia delle designazioni UNESCO (le principali: World Heritage, Creative Cities, Intangible Cultural Heritage, Biosphere Reserves, Global Geoparks,).

L'ottenimento di uno di questi riconoscimenti troppos spesso è affiancato, in modo semplicistico, prevedendo quasi un automatismo di cui raramente ci sono evidenze, dall'aspettativa di un aumento dei visitatori, della visibilità dei siti e quindi dei ritorni economici. Non bisogna però dimenticare che questo non è il principale obiettivo delle diverse designazioni, che seppur avendo evidenti impatti positivi in questi ambiti, pongono invece il focus sulla tutela dei beni, la disseminazione scientifica e la promozione della sostenibilità ambientale. Questo misunderstanding ha alimentato e alimenta, soprattutto a livello locale il dibattito sulle designazioni, a partire dalla domanda sull'effettivo valore e impatto del marchio UNESCO.

Mancando i dati della capitalizzazione del marchio, sia in termini di prodotti locali venduti con tale "certificazione", sia in termini di arrivi turistici nei singoli siti, la risposta non è così agevole.

Svariate ricerche hanno dimostrato che il brand UNESCO può avere una capacità d'incidenza sia in riferimento al turismo culturale che in riferimento ai siti sottoposti a fenomeni di pressione (come catalizzatore di attenzione).

Misurare le ricadute del marchio UNESCO a livello turistico, ma anche sociale ed economico in generale è però una sfida complessa e parzialmente irrisolta: non è per ora emersa dalla letteratura una metodologia davvero efficace.

È invece possibile riconoscere un evidente impatto positivo nel processo di candidatura dei territori, in grado di favorire una mobilitazione e economie potenzialmente positive per i territori interessati.

Potendo un marchio individuale o collettivo riguardare sia l'obiettivo della commercializzazione sia quello dello sviluppo, è bene che nella loro applicazione ci si possa fondare su questa importante distinzione poiché se la "commercializzazione" (intesa come sfruttamento di una risorsa economica, culturale o naturale, per fini commerciali e di profitto) ha una dimensione privata, lo "sviluppo economico" (inteso come "processo" che ha come fine il miglioramento delle condizioni di vita in un determinato territorio) ha una dimensione pubblica e collettiva.

Su una nozione di "sviluppo" fondata principalmente su indicatori di crescita come il PIL si è sviluppata una forte letteratura critica che ha posto l'attenzione su aspetti che sfuggono alla misurazione del PIL connessi a comportamenti morali, alla convivenza civile, e soprattutto alle ineguaglianze sociali e all'accesso alle risorse economiche, culturali e ambientali.

Si può quindi affermare che nonostante il fatto che il marchio UNESCO non abbia scopi commerciali espliciti, ma conservi la sua natura prettamente culturale, non si può dire che non possa avere un impatto sullo sviluppo dei territori, e che quindi non contribuisca, anche attraverso questa funzione, alla loro protezione o valorizzazione, in ottica di sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

È quindi importante e strategico, al fine di favorire processi virtuosi e impatti positivi, concentrare l'attenzione non solo sulla misurazione delle ricadute, ma anche e soprattutto sull'individuazione di pratiche corrette e innovative di gestione del riconoscimento UNESCO, come dimostrano i casi di seguito presentati.

Gestione del marchio UNESCO: buone pratiche

*L'International Academy on UNESCO Designations and Sustainable Development*¹, che riunisce ad ogni edizione professionisti del patrimonio culturale e naturale provenienti da designazioni UNESCO a livello internazionale, è una preziosa occasione per riflettere, tra le altre cose, sulle potenzialità dei marchi UNESCO, stimolando il confronto tra territori, l'apprendimento reciproco e la diffusione di buone pratiche. Tra le tante valide esperienze condivise dai membri della community dell'International Academy, esploreremo a seguire due casi di designazioni UNESCO che ormai da diversi anni si sono dotati di marchi. Il primo caso esplora l'uso del marchio UNESCO nella Riserva della Biosfera della Rhön quale strumento per lo sviluppo regionale di un'area rurale, mentre il secondo caso fa riferimento all'arcipelago delle Azzorre e mostra come un territorio nel quale insistono molteplici designazioni UNESCO abbia individuato nei riconoscimenti un elemento comune e trasversale di valore.

La Riserva della Biosfera della Rhön è stata istituita nel 1991 come riconoscimento dell'area montuosa lungo il confine tra l'Assia, la Baviera e la Turingia, regioni precedentemente divise tra i due lati della cortina di ferro e, al tempo, da poco riunificate nella Repubblica Federale di Germania. L'area, che si espande su oltre 2.433,23 km², è scarsamente popolata (218.751 abitanti secondo il censimento 2015) e caratterizzata da un paesaggio culturale segnato da prati, pascoli, campi e frutteti, generato nei secoli dall'uomo attraverso un uso estensivo delle attività agricole e dell'allevamento, che progressivamente hanno modificato il territorio a discapito delle foreste di faggi originariamente presenti. Al giorno d'oggi, il 46% della superficie

della Riserva della Biosfera è area protetta e il 10% è tutelato come parco naturale: la varietà di habitat presenti nella zona determinano una grande ricchezza e diversità di flora e fauna, il cui studio e la cui conservazione sono tra le missioni principali della Riserva.

La storia dello sviluppo storico del paesaggio culturale nella zona pone le basi per riflessioni rispetto alla gestione del territorio e delle sue risorse naturali nel presente, mentre un osservatorio condotto dall'ente di gestione della Riserva segnala che la trasformazione del paesaggio e dell'uso del suolo è in evoluzione, dal momento che tra il 1993 e il 2006 è stata registrata una diminuzione dei seminativi del 9%, e un aumento dei prati del 7%.

Assicurare un equilibrio tra la conservazione della biodiversità e i principali settori economici di questa area rurale (l'agricoltura, l'allevamento e l'agroalimentare) è una necessità condivisa da tutti gli attori del territorio e una delle priorità delle istituzioni che contribuiscono all'operare della Riserva della Biosfera della Rhön. A partire dal 1995, il Piano di Gestione della Riserva ha indicato tra i suoi obiettivi il marketing di prodotti regionali e dal 2000 cinque delle contee della zona hanno creato "Die Rhön", un marchio ombrello che può essere impiegato nella vendita di prodotti di varia natura accomunati tra loro dalla stessa provenienza territoriale collocata all'interno della Riserva della Biosfera. Dal 2003, il marchio è divenuto uno strumento per la promozione dell'identità regionale ed è a disposizione di istituzioni, associazioni e amministrazioni; dal 2005 un disciplinare ha definito le condizioni, le regole e i criteri per l'uso del marchio da parte delle imprese partner, facendo quindi del marchio una certificazione di qualità. Le crescenti adesioni all'utilizzo del marchio "Die Rhön" hanno portato l'ente di governo della Riserva della Biosfera a formalizzarne la gestione attraverso la costituzione di una impresa dedicata.

¹ Programma di capacity building ideato e realizzato dalla Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura e dall'UNESCO attraverso l'Ufficio Regionale UNESCO per la Scienza e la Cultura in Europa (con sede a Venezia, Italia), in collaborazione con l'Università di Torino sotto gli auspici dell'UNESCO, IULM Innovation Lab (Milano) e Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. L'obiettivo principale dell'International Academy è quello di contribuire al raggiungimento dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dei suoi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, attraverso l'avanzamento delle capacità istituzionali e professionali delle autorità di gestione, delle comunità e degli operatori rilevanti di diverse denominazioni UNESCO sia del settore della Cultura che della Scienza.

La nascente impresa è spesa per circa il 20% dalle quote di partecipazione degli enti che utilizzano il marchio e per l'80% da fondi pubblici di cinque delle contee del territorio.

Nella Rhòn il marchio territoriale si è dimostrato un valido strumento per creare sinergie tra il settore privato e gli obiettivi di lavoro della Riserva della Biosfera, per stimolare processi sostenibili di produzione e di consumo e generare, nelle imprese e negli altri attori coinvolti, un senso di appartenenza e orgoglio rispetto alla propria identità regionale.

Un altro contesto significativo è quello delle isole Azzorre (Portogallo). L'arcipelago delle Azzorre, amministrato dall'ente della Regione Autonoma delle Azzorre, rappresenta uno delle poche aree a livello internazionale nel quale sussiste una pluralità di designazioni UNESCO a riconoscimento dei valori culturali e naturali locali. Due sono i siti Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO – la zona centrale della città Andgra do Heroismo e il paesaggio culturale dei vigneti dell'Isola di Pico, ai quali si affiancano le Riserve della Biosfera delle isole di Corvo, di Graciosa e di Flores e della Faglia di San Giorgio e il Geoparco delle Azzorre. Per sviluppare il potenziale comune fornito dalle designazioni e favorire la cooperazione tra di esse e a partire da esse, nel 2015 il Governo Regionale ha lanciato il marchio "Azzorre – certificato dalla natura", un marchio di origine destinato a prodotti, servizi e strutture ricettive che ne comunica in maniera facilmente riconoscibile la provenienza o collocazione territoriale ad attori del mercato nazionale ed internazionale. L'ente proponente ha promosso il marchio attraverso specifiche campagne di comunicazione, eventi di lancio e costruzione di partenariati, e ha inoltre eseguito un monitoraggio e un audit dell'iniziativa per assicurarne il buon funzionamento. Nel corso dei primi cinque anni dal lancio, oltre 200 realtà hanno aderito al marchio certificatore e si stima che il bollino "Azzorre – certificato dalla natura"

sia ora visibile in oltre 3.600 prodotti, servizi o strutture ricettive.

Sfide per il futuro

Questa breve disamina dello stato dell'arte nello studio degli impatti e nella gestione del riconoscimento UNESCO, inteso come brand o marchio, permette di trarre alcune conclusioni, in forma di sfide per il futuro dei territori e della ricerca in questo ambito.

Innanzitutto, emerge chiaramente dai casi studio come, prima degli effetti positivi del marchio UNESCO è importante comprendere e studiare i siti e le loro caratteristiche in termini di capitale territoriale (culturale e naturale): sono con una piena comprensione del contesto locale è possibile identificare l'effettivo potenziale del riconoscimento UNESCO. Gli ambiti che possono potenzialmente giovare dalla presenza del marchio sono indubbiamente il turismo, l'imprenditoria e l'artigianato locali nell'apertura di nuovi mercati, il rafforzamento delle identità e dell'appartenenza al territorio, la connessione a reti internazionali di rilievo e la connessa possibilità di cooperazione, ma soprattutto, in ultima analisi, il management e la gestione virtuosa del territorio e delle sue risorse culturali, naturali e sociali.

In sintesi, il marchio UNESCO, se ben gestito, può concorrere al raggiungimento di sei obiettivi specifici:

1. far conoscere il sito, ampliandone la notorietà;
2. certificare e garantire la qualità del sito e dei servizi connessi, accrescendone la reputazione;
3. migliorare le politiche pubbliche di conservazione, accrescendo le risorse materiali dedicate. Ciò vuol dire adeguamento dello stato di conservazione agli standard internazionali e lotta contro il rischio di decadimento e degrado, a volte irreversibile;

4. rafforzare il senso di identità della comunità locale e il suo capitale sociale;
5. stimolare il capitale umano e lo spirito imprenditoriale collegabile alle risorse locali;
6. qualificare e rilanciare il sito attraverso un'azione manageriale che, pur recuperando le politiche di conservazione, sia attenta alla produzione di nuovi servizi e favorisca l'integrazione economia del sito al suo territorio.

Il riconoscimento UNESCO da solo non è però sufficiente per raggiungere questi sei obiettivi e per attivare una dinamica positiva di sviluppo; deve essere infatti inserito in un contesto territoriale generativo e fertile, a partire dalla presenza di un percorso preesistente e condiviso dagli attori locali. La mobilitazione locale tende infatti a calare una volta ottenuto l'inserimento in una delle liste: nella fase di candidatura si creano grandi aspettative, che, quando non accompagnate da adeguato supporto e risorse, rischiano di rendere più difficile il coinvolgimento delle comunità locali nella fase successiva. L'adozione di un marchio legato alla qualità del territorio è un modo per ricreare e rilanciare la mobilitazione locale intorno a determinati prodotti/servizi, stimolando la partecipazione degli attori economici privati.

Un altro elemento chiave è l'attenzione che deve essere posta sulla governance e non solo sul Piano di gestione. Il Piano di gestione è un documento non vincolante che può trovare attuazione soltanto se condiviso da una rete di attori locali, che lo fanno proprio e lo assumono come documento di orientamento strategico. La governance è importante anche in funzione dello sfruttamento di un marchio nuovo, che necessariamente deve prevedere delle regole e le deve amministrare.

Per concludere, gran parte del discorso e della ricerca sull'efficacia del marchio UNESCO incrocia la questione centrale della gestione dello stesso: prima di ragionare sulla quantificazione degli impatti (sociali o economici), è importante lavorare alla creazione di reti e partenariati a livello locale ed extralocale, ma anche alla costruzione di sistemi di governance adeguati, inclusivi ed efficienti, capaci di intercettare e gestire le occasioni di sviluppo.

Riferimenti

Bédard, F. (2011). "L'excellence des destinations", *Téoros*, 30-1 / 2011, pp.9-11.

Buckley, R. (2002), *World heritage icon value: contribution of world heritage branding to nature tourism*, Australian Heritage Commission Canberra.

Calabrò, G. (2009), *La certificazione nel settore turistico*, Franco Angeli, Milano.

Carbone, G., Fava, U. & Maggi, M. (2000) *Certificare il territorio per un turismo di qualità*, Working paper n. 139, IRES.

Cuccia, T. & Santagata, W. (2004) *Collective Property Rights and Cultural Districts: The Case Study of Caltagirone Pottery in Sicily*, in E. Colombatto (ed.), *Companion to Property Right Economics*, Elgar, Cheltenham.

Ginsburgh, V. and Throsby, D. (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Vol. I, pp. 1102-1118, Elsevier, Amsterdam.

International Academy on UNESCO Designations and Sustainable Development:
<https://www.academysd.net/about>

Moreschini L., Ramello G., Santagata W. (2016), *Un marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza: dai siti UNESCO ai luoghi italiani della cultura, dell'arte e del paesaggio*, MIBACT, CSS Ebla, Rubbettino editore.

Rebanks Consulting Ltd (2009), *WORLD HERITAGE Status. Is there an opportunity of economic gain? Research and analysis of the socio economic impact potential of Unesco WORLD HERITAGE site status.*

Riserva della Biosfera della Rhön:
<https://www.biosphaerenreservat-rhoen.de/>;
<https://www.bfn.de/suche?k=rh%C3%B6n>

Santagata, W. (2000), *Distretti Culturali, Diritti di Proprietà e Crescita Economica Sostenibile*, "Rassegna Economica", nn. 1-2.

Santagata, W. (2006), *Cultural Districts and their role in developed and developing countries*, in

Santagata, W., Russo, A.P. & Segre, G. (2007), *Tourism quality labels. An incentive for the sustainable development of creative clusters as tourist attractions?*, in Richards, G. and Wilson J. (a cura di), *Tourism, Creativity and Development*, Routledge, London, pp. 107-124.

UNESCO (2009), *World heritage status. Research and analysis of the socio economic impact potential of Unesco WH site status.*
Visit Azzorre: <https://www.visitazores.com/en>





2.3 - La question complexe de la valorisation touristique et patrimoniale au cœur du réseau des géoparcs UNESCO / *La questione complessa della valorizzazione turistica e patrimoniale al centro della rete di geoparchi UNESCO*

Christel Venzal, MCF Géographie Aménagement
Université de Pau et des Pays de l'Adour

Synthèse - Sintesi - Synthesis



La question complexe de la valorisation touristique et patrimoniale du label géoparcs UNESCO.

Mots clés : label, réseau, développement durable, acteurs, tourisme

Depuis vingt ans, la mise en réseau de territoires, géologiquement référencés, gérés et protégés, a été initiée en Europe, dans un objectif de développement local durable. Nous avons étudié la mise en place de ce réseau se traduisant par une active collaboration des responsables des géoparcs européens et des instances de l'UNESCO. Les projets de valorisation s'orientent sur les patrimoines naturels (géologique, géomorphologique, faune et flore) et à différentes échelles, sur les patrimoines culturels (bâti, rupestre, architectural et artistique) et immatériels. Le label géoparc représente une garantie de visite ludique, didactique et innovante dans des territoires sauvegardés, spectaculaires et identifiés touristiquement (tels que l'île de Lanzarote ou les Highlands écossais). Pour une majorité de géoparcs, le label permet d'obtenir une reconnaissance internationale, d'initier sur le terrain des partenariats entre acteurs, des projets éducatifs et des installations artistiques médiatisées. Ce réseau est une réussite institutionnelle attirant chaque année de nouveaux candidats. Ce label UNESCO semble encore devoir s'affirmer en tant que valeur ajoutée à l'offre patrimoniale de ces territoires. Nous proposons un diagnostic pluridisciplinaire, ciblé du patrimoine culturel matériel et immatériel des géoparcs. L'objectif est d'initier une réflexion sur les dynamiques touristiques des territoires alpins. L'idée centrale est de mettre en perspective le concept de mémoire de la Terre pour appréhender l'évolution de la valorisation touristique des patrimoines comme enjeu du développement durable.



La questione complessa della valorizzazione turistica e patrimoniale del marchio “geoparchi UNESCO”

Parole chiave: marchio, rete, sviluppo sostenibile, attori, turismo

Da vent'anni, è in corso in Europa la messa in rete di territori geologicamente referenziati, gestiti e protetti, ai fini di uno sviluppo locale sostenibile. Lo studio della creazione di questa rete ha consentito una collaborazione attiva tra i gestori dei geoparchi europei e gli organismi dell'UNESCO. I progetti di valorizzazione si orientano tendenzialmente verso il patrimonio naturale (geologico, geomorfologico, faunistico e floristico) e, su livelli diversi, il patrimonio culturale (edilizio, rupestre, architettonico e artistico) e immateriale. Il marchio “geoparco” rappresenta la garanzia di una visita ludica, didattica e innovativa in territori salvaguardati, spettacolari e a vocazione turistica (quali, ad esempio, l'isola di Lanzarote o le Highlands scozzesi). Nella maggior parte dei casi, il marchio “geoparco” consente di ottenere una risonanza internazionale, di avviare sul campo partenariati tra diversi attori, al fine di attuare progetti didattici e porre in opera installazioni artistiche diffuse dai media. Questa rete è pertanto un successo istituzionale che, ogni anno, attira nuovi candidati, anche se, in questi territori, il marchio UNESCO non è ancora pienamente affermato quale valore aggiunto dell'offerta di beni culturali. Si propone una diagnosi multidisciplinare del patrimonio culturale materiale e immateriale dei geoparchi, allo scopo di avviare una riflessione sulle dinamiche turistiche dei territori alpini. L'idea principale consiste nel mettere in prospettiva il concetto di memoria della Terra per comprendere il processo di valorizzazione turistica dei beni culturali, quale sfida dello sviluppo sostenibile.



The complex issue of tourism and heritage promotion of the UNESCO Geoparks label

Keywords: label, network, sustainable development, stakeholders, tourism.

A network of geologically referenced, managed and protected geographical areas has been established in Europe over the past 20 years, with the main goal of sustainable local development. We have studied the implementation of this network resulting in an active collaboration between the heads of European Geoparks and UNESCO bodies. Development projects focus on natural heritage (geological, geomorphological, fauna and flora) and, at various levels, on cultural (housing, cave art, architectural and artistic) and intangible heritage. The Geopark label then guarantees an entertaining, educational and innovative visit to preserved, spectacular and touristically identified territories (such as the island of Lanzarote or the Scottish Highlands). For a majority of Geoparks, the label makes it possible to obtain international recognition and to initiate on site partnerships between stakeholders, educational projects and publicised artistic installations. This network is an institutional success attracting new candidates every year, as the UNESCO label still seems set to bring added value to the heritage offer of these territories. We offer a multidisciplinary, targeted diagnosis of the tangible and intangible cultural heritage of Geoparks. The objective is to initiate a reflection on the tourist dynamics of the Alpine territories. The central idea is to put the concept of the “memory of the Earth” into perspective, in order to understand the evolution of the tourism valuation of heritage as an issue of sustainable development.

La Déclaration de la mémoire de la Terre, élaborée en 1991 à Digne-les-Bains, lors d'un symposium réunissant des géologues de plusieurs pays et en présence de représentants de l'UNESCO, constitue la première étape de la mise en lumière du patrimoine géologique. Les différents programmes européens, initiés dans des territoires ruraux et géologiquement référencés, consacrent leur mise en tourisme par l'ouverture de musées, l'aménagement de géosites, l'installation d'expositions d'art contemporain et la création de médiations originales. L'offre géotouristique de ces territoires s'orchestre par une mise en circuits mobilisant les patrimoines naturels et culturels dans une vision renouvelée de l'aménagement. Ces projets transversaux vont progressivement matérialiser l'idée d'une mise en réseau des géoparcs européens, à la fin des années 1990, puis au début des années 2000, le label UNESCO Geopark regroupant aujourd'hui plus de 140 membres dans le monde. La volonté de ces scientifiques se traduit dans la valorisation, la médiatisation et la reconnaissance européenne puis mondiale du patrimoine géologique comme enjeu du développement local durable en parallèle de la prise de conscience mondiale des questions environnementales. La Commission nationale française pour l'UNESCO et le Comité national des Géoparcs de France ont signé, en décembre 2017, une convention relative à la mise en œuvre du Programme Géoparcs mondiaux UNESCO. *"Après plus de 10 années de collaboration entre l'UNESCO et le Réseau mondial des Géoparcs (GGN), les États membres de l'UNESCO avaient ratifié, le 17 novembre 2015, lors de la 38ème Conférence Générale, la création d'un nouveau label, "Géoparcs mondiaux UNESCO", intégré au Programme International pour les Géosciences. L'adoption de ce label a montré l'importance pour les États de la gestion transversale de territoires présentant un intérêt géologique exceptionnel, ainsi que des*

*démarches locales de développement durable qui s'inscrivent dans les objectifs du Programme de développement durable de l'ONU à l'horizon 2030."*¹ Prenant en compte les principes issus de la déclaration des droits de la mémoire de la Terre, les fondateurs du label européen des géoparcs ont positionné leurs territoires dans une vision de développement local durable en valorisant le géopatrimoine incluant les patrimoines culturels matériels et immatériels. L'idée commune de ces acteurs repose sur une vision dite partagée du développement local. Selon Bernard Pecqueur, *"le développement économique local (DEL) désigne tout processus de mobilisation d'acteurs qui aboutit à l'élaboration de stratégies d'adaptation aux contraintes extérieures, sur la base d'une identification collective à une culture et à un territoire."* (Vachon & Coallier, 1993, B. Pecqueur, p. 92). Dans nos travaux, nous avons exposé et étudié la mise en place de ce réseau se traduisant par une active collaboration des responsables des géoparcs européens et des instances de l'UNESCO (Venzal, 2012). Nous avons pu établir que les projets de valorisation s'orientent sur les patrimoines naturels (géologique, géomorphologique, faune et flore) et à différentes échelles, sur le patrimoine bâti, rupestre, architectural et artistique, les savoir-faire, les traditions, les légendes... Il ne fait aucun doute pour des territoires identifiés touristiquement (tels que l'île de Lanzarote ou les Highlands écossais) que le label géoparc représente une garantie de visite ludique, didactique et innovante dans des territoires sauvegardés et souvent spectaculaires. Pour une majorité de géoparcs, le label permet d'obtenir une reconnaissance internationale, d'initier sur le terrain des partenariats entre acteurs, de penser des projets éducatifs, des installations artistiques médiatisées. D'un point de vue institutionnel, ce réseau est une réussite attirant chaque année de nouveaux candidats. D'un point de vue patrimonial et touristique, ce label UNESCO semble encore devoir s'affirmer en

¹ Extrait de <https://unesco.delegfrance.org/Programme-Geoparcs-mondiaux-UNESCO-Signature-de-la-convention-entre-la> (entretiens avec Jean-Luc DESBOIS, Président du Comité National des Géoparcs de France et avec Guy MARTINI, Président du Conseil des Géoparcs Mondiaux de l'UNESCO publiés le 19/12/2017).

tant que valeur ajoutée à l'offre de ces territoires. Une majorité des géoparcs européens se situent dans des zones rurales de montagne et une partie d'entre eux dans des zones transfrontalières. Notre méthode de recherche s'appuie sur des études de terrain, l'étude des dossiers de présentation des géoparcs, des entretiens avec les acteurs et des enquêtes auprès des visiteurs. Nous avons débuté ce travail de recherche sur le géotourisme, il y a plus de vingt ans, notre objectif est à présent d'étudier, au-delà de l'internationalisation du label, les outils permettant l'observation de la mise en patrimoine et en tourisme des géoparcs. L'idée centrale est de mettre en perspective la mémoire de la Terre et la mémoire des femmes et des hommes vivants et parcourant ces territoires. L'objectif serait d'initier un programme de recherche pluridisciplinaire pour appréhender l'évolution de la valorisation des patrimoines comme enjeu du développement durable.

Le label géoparc se concentre sur quatre dimensions essentielles à tout projet de territoire : la dimension transversale du tourisme et du développement durable autour des valeurs partagées et portées par le géoparc, la coopération entre les acteurs publics et privés, l'ingénierie de l'équipe du géoparc et des institutionnels touristiques, et l'évaluation, point essentiel de tout projet de développement local. La dimension transversale repose sur la nécessité de travailler sur la question de la destination géoparc dans son ensemble et non uniquement sur des pratiques touristiques propres aux espaces naturels, géologiquement référencés, protégés et gérés. Il s'agit d'acquiescer ou de renforcer les compétences des acteurs du territoire géoparc. La coopération s'organise principalement entre les institutions touristiques, les scientifiques puis les techniciens du géoparc, les acteurs locaux et les prestataires touristiques. À long terme,

il est annoncé une certaine autonomie du réseau d'acteurs mais sous "contrôle" du réseau géoparc, garant des valeurs du label UNESCO. L'ingénierie se traduit par l'investissement des géologues et scientifiques du géoparc qui sont les porteurs des projets transversaux et fédérateurs à l'échelle du géoparc. Il est principalement envisagé, notamment en France, de dépasser les échelles administratives qui ne correspondent que très rarement à la notion de destination touristique. Au niveau des méthodes d'évaluation, le géoparc s'appuie sur le cahier des charges mis en place dans le cadre du réseau mondial des géoparcs afin de pouvoir évaluer les retombées des actions entreprises. Pour l'instant, l'évaluation se fait principalement par le niveau de participation des acteurs aux projets, aux événements et aux retours sur les actions de promotion et communication. Le *Géoparc de Haute-Provence* est l'un des initiateurs du réseau européen et le berceau de la notion de géotourisme. Le nom *Haute-Provence* est porteur en termes touristiques mais son utilisation trop systématique pourrait entraîner une confusion dans les attentes des touristes. Ce point rejoint les observations de Camille Chamard, "*Pour un territoire, l'identité, c'est son ADN, un ensemble de signes et de traits culturels particulièrement riches, de "codes" propres à un groupe qui donne le sentiment d'appartenance des individus à un même groupe, qui définit sa personnalité, qui lui confère son individualité, qui le "caractérise" et le rend unique (aux yeux de ses habitants comme à ceux de ses visiteurs)*" (Chamard, 2014). Dans une démarche de label ou de marque territoriale, l'essentiel est de déterminer ensemble le plus petit dénominateur commun (toujours en référence aux travaux de Camille Chamard sur le marketing territorial). Dans le cadre du label Géoparc-UNESCO, l'intérêt est bien de trouver ce point qui relie tous les acteurs d'un territoire qu'ils soient institutionnels ou privés. Il est plus simple de se retrouver et d'avancer ensemble sur une cible territoriale comme le label UNESCO

que sur l'appellation d'une entité territoriale dont on ne maîtrise pas toujours les missions et prérogatives telle qu'une intercommunalité aux limites floues et souvent trop politiques. De plus, le label UNESCO renforce touristiquement l'image des territoires ruraux de montagne. Tout au long de nos recherches, nous avons noté que les acteurs du développement local se heurtent à des visions parfois très passéistes de la vie à la montagne, bucoliques et très éloignées des réalités (propos fréquemment répétés lors de nos entretiens et enquêtes). Le défi n'en est que plus prometteur et intéressant pour le réseau d'acteurs impliqués dans la mise en tourisme des géoparcs. Comme le précisent Cécile Clergeau et Olivier Etcheverria, la mise en tourisme repose en partie "... sur l'aptitude des acteurs des territoires à partager avec des habitants temporaires ces savoirs, ces normes et ces valeurs, et à inscrire leur culture et leur identité dans un projet touristique" (Clergeau & Etcheverria, 2013, p.53).

Pour appréhender cette question et compléter nos recherches, nous nous sommes référés à l'approche développée par Anne Le Roy sur la dynamisation de nos campagnes par le tourisme. Elle précise que *"le tourisme rural repose sur la volonté de découvrir des modes de vies, et plus généralement des territoires, nous conduisant à exclure de cette forme de tourisme toute implantation de pôles n'impliquant pas les populations locales."* (Bensahel & Donsimoni, 2001). Les structures (entreprises, collectivités et espaces naturels), engagées dans le label géoparc, ont toutes en commun une orientation stratégique vers la valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel en associant les communautés et les compétences dans une expérience à visée touristique de découverte de leurs territoires au service du développement local. Nous avons observé les projets mis en œuvre par le Géoparc de Haute-Provence en collaboration avec les institutionnels et les professionnels

de la culture et du tourisme (Venzal, 2020). L'écoute de ces acteurs nous permet de comprendre l'importance de cette mise en réseau dans un objectif de développement local. Comme le rappelle Bernard Pecqueur, *"le réseau est l'ensemble des flux d'échanges, matériels ou non, pécuniaires ou non qui relient les partenaires."* (Pecqueur, in Proulx, 1994, p.107). Il est évident qu'il ne peut y avoir de développement sans collaboration active des acteurs, sans projet commun et surtout sans volonté de s'allier dans le cadre de réseau. Les territoires ruraux de moyenne montagne se retrouvent sur des problématiques territoriales fortes (départ des jeunes, transition climatique, concurrence territoriale...) et des orientations stratégiques mobilisant des symboles identitaires comme les paysages géologiquement référencés. Ces politiques veulent adapter l'offre touristique aux contraintes extérieures (politiques, économiques, immobilières, climatiques...). Le label Géoparc UNESCO souhaite aller au-delà de la communication ou de la promotion des valeurs des parcs en général. Les acteurs touristiques institutionnels et privés ambitionnent le label comme une véritable production touristique durable garantissant une qualité partagée de l'ensemble des aménités des territoires membres du réseau. Comme le soulignait Jean-Robert Pitte en 1993 : *"l'avenir, français dans un premier temps, est sans doute davantage dans la qualité, ce qui ne veut pas dire dans le luxe, mais "l'authenticité", l'originalité et la ressemblance des produits à l'environnement et aux hommes qui les ont faits naître."* (Pitte, 1993, p.20-21). Et il résulte d'une telle orientation *"des paysages de qualité c'est-à-dire variés d'un terroir à l'autre et aussi bien entretenus en plaine qu'en région de pentes, mêmes fortes. Il s'agit là d'un capital extraordinaire en vue d'un tourisme rural de découverte et de rencontre, le seul qui ait encore en France un développement possible devant lui, tant sont bétonnées les côtes et les hautes montagnes."* Nous retrouvons dans cette exigence de la

qualité des produits, des paysages et donc de l'offre touristique, l'approche du réseau des géoparcs. On peut également citer à ce sujet, la définition de François Bédard : *"Dans un contexte de compétition touristique mondiale exacerbée, les destinations, à l'échelle locale ou régionale, jouent aujourd'hui un rôle clé. Les visiteurs choisissent une attraction, une station, une ville ou une région, plutôt qu'un pays. Ils privilégient une entité reconnue par sa marque, par son image. Les différents acteurs au sein d'une destination sont de plus en plus conscients de l'importance de la recherche de l'excellence pour améliorer leur positionnement concurrentiel."* (Bédard, 2001, p.1). L'objectif principal du Géoparc de Haute-Provence en association avec ses partenaires touristiques est bien de définir une destination touristique reconnue et identifiée par le label UNESCO. Ce label international permet au Géoparc Haute-Provence et à ses partenaires, la production et la commercialisation de produits touristiques cohérents au niveau de la destination donc du territoire du géoparc, de ses missions et objectifs de développement économique local par le tourisme durable.

En France, plusieurs Parcs naturels régionaux se sont lancés dans cette démarche de labellisation UNESCO - géoparcs. Nous pouvons citer l'exemple du PNR du Luberon, proche géographiquement, scientifiquement et culturellement du Géoparc de Haute-Provence. La question peut se poser pour un parc de l'intérêt de ce label étant donné que les PNR ont déposé à des fins de développement touristique la marque PNR. Dans le cadre d'une étude du territoire du PNR du Vercors, nous avons pu nous intéresser aux résultats de la marque PNR qui est d'ailleurs devenue depuis 2016 : *Valeurs Parc Naturel Régional, Une Marque Au Service Du Développement Durable Des Territoires*. Ce changement d'orientation marketing résulte d'une réflexion nationale sur la question du tourisme durable dans les PNR

et d'une étude menée en 2013 par le cabinet GMV² Marketing, à la demande de la Fédération des Parcs. Nous avons pu consulter cette étude. Selon le cabinet GMV, la marque PNR est bien un outil de structuration des territoires et de reconnaissance pour les entreprises marquées mais il n'est pas suffisamment lisible ni optimisé par les bénéficiaires, et la marque "Parcs" est encore utilisée de façon hétérogène. Tous les parcs ne la valorisent pas, en raison d'une prise en compte disparate du potentiel de cette marque. Les techniciens des PNR, rencontrés lors de nos écoutes, nous ont précisé que le cahier des charges et le dispositif de contrôle de la marque Parcs nécessitent beaucoup de moyens (notamment humains) dont la plupart des PNR ne disposent pas. Sur l'échantillon interrogé par GMV, en 2013, seuls 3 % des personnes (1014 individus) mentionnent la notion de Parc Naturel, Parc Régional ou Parc Naturel Régional à l'évocation de "territoires ruraux remarquables". Les habitants des Parcs sont plus nombreux à les citer mais dans une proportion assez faible (7 %). Parmi les personnes interrogées, 24 % disent connaître les logos des PNR. Selon GMV, il s'agit d'une performance honorable pour un logo ne faisant pas partie du quotidien des consommateurs. Par contre, la moitié des répondants n'ont aucune idée de la propriété de ces logos. La France compte 56 parcs sur l'ensemble de son territoire ce qui implique une plus grande visibilité des logos ovales des PNR (apposés le long des routes, sur les panneaux d'entrée des parcs et des communes partenaires). Mais pour autant, les visiteurs ne font pas tous le rapprochement entre la marque Parcs et le territoire labellisé. Dans la même étude, très peu de personnes associent clairement ces visuels à l'appellation complète de "Parc Naturel Régional". Toutefois, le cabinet GMV ajoute que ces logos évoquent spontanément des notions positives associées à la protection de l'environnement. Le mot "Nature" est cité par plus de la moitié des répondants.

²www.gmv-conseil.fr

Par contre, seulement 57 % des répondants disent avoir déjà visité un PNR et 62 % des habitants d'un PNR pensent s'être déjà rendus dans un autre parc. Selon le cabinet GMV, le bilan reste mitigé sur cet aspect de notoriété et de reconnaissance visuelle. L'étude indique que les Parcs Naturels Régionaux n'ont pas réussi à s'imposer comme une référence des territoires ruraux aux yeux des Français, qui sont très peu nombreux à les citer spontanément. Et alors qu'environ 40 % pensent avoir déjà croisé ces logos, les personnes interrogées sont majoritairement dans l'incapacité de leur attribuer spontanément un visuel. La cohérence des logos des parcs qui reprennent tous une même forme ovale et une déclinaison graphique homogène, n'est pas identifiée. Le cabinet GMV mentionne un autre résultat préoccupant, la faible notoriété auprès des habitants des communes des Parcs. Ce point fait apparaître un défaut de sentiment d'appartenance et d'adhésion au projet parc. Lors de nos entretiens au sein du PNR du Vercors, mais également du PNR des Landes, les acteurs interrogés nous ont transmis le même sentiment de non appropriation des valeurs de leurs parcs. Ils ont installé leurs activités dans un parc naturel pour les avantages concurrentiels notamment en termes de préservation des espaces naturels, de la faune et de la flore, d'un accompagnement par les techniciens du parc et de situations géographiques parfois uniques. Mais ils ne se sentent pas appartenir à un territoire parc, ils ne se reconnaissent pas tous dans les valeurs promulguées par les parcs en France. Toutefois, on note dans l'étude du cabinet GMV que les parcs véhiculent des notions autour de la nature et du développement durable. Ce point donne une résonance particulière aux acteurs des parcs pour agir en faveur d'un tourisme plus responsable et plus durable. Autre information essentielle, le cabinet GMV insiste sur le principe du marquage, plébiscité par 93 % de leur échantillon.

Les acteurs rencontrés dans le PNR Vercors (par exemple des restaurateurs) nous ont indiqué que les touristes leur posent des questions sur les produits marqués PNR et en général ils préfèrent opter pour les produits locaux identifiés comme par exemple la truite du Vercors (Venzal, 2014-2016). La marque PNR représente un gage d'authenticité des produits, d'origine géographique mais pas nécessairement une garantie de qualité même si cette notion est induite par le marquage des produits du terroir Vercors. Les professionnels se sont engagés auprès du parc à respecter un cahier des charges précis de production et de fabrication. De plus, l'étude GMV montre que le respect de l'environnement et des traditions demeure une des attentes fortes de ce public. En conclusion, le cabinet GMV a encouragé les parcs à s'engager pleinement dans une réelle démarche de marquage en adaptant leur logo (forme, couleur et visuels) et en affirmant les valeurs des parcs ce qui se confirme dans le nouveau slogan des PNR : *Nos valeurs sont vos valeurs*³. En effet, 84 % des personnes interrogées trouvent normal que les Parcs se donnent une telle mission marketing. Ils y voient une idée innovante et permettant de renouveler auprès du grand public, l'image parfois trop rurale de certains parcs. Le cabinet GMV préconise que la marque PNR se base sur des contrats clairs, précis et des contrôles réguliers, pour prétendre apporter la distinction et la réassurance aux consommateurs. Le consommateur souhaite retrouver ce qu'il retient des valeurs des Parcs dans la marque et dans son logo. Selon les préconisations du cabinet GMV, la marque PNR souhaite à présent porter la dimension locale, à l'opposé d'une standardisation omniprésente dans les marques classiques sans pour autant n'être qu'une simple indication de provenance géographique.

³www.consommer-parc.fr

Ces données du cabinet GMV nous permettent d'établir pour les PNR un double intérêt à se lancer dans la démarche de labellisation des géoparcs UNESCO. D'une part, le travail en réseau à une échelle internationale permet aux gestionnaires de ces espaces naturels une visibilité élargie de leurs missions, de leurs orientations stratégiques et de partager des valeurs communes aux labels UNESCO. D'autre part, les conseils scientifiques des PNR ne répondent pas tous aux mêmes critères de mise en place et de suivi. La valeur scientifique d'un géoparc est inscrite dans la genèse du label et constitue un point d'ancrage essentiel pour les représentants et responsables de l'UNESCO dans leur démarche de labellisation des territoires représentatifs. De plus, l'étude du patrimoine géologique en tant que bien collectif, renforce l'orientation scientifique et la valorisation patrimoniale en apportant des données essentielles à la compréhension des changements climatiques. L'analyse des informations, récoltées sur les sites géologiques préservés et protégés, permet aux scientifiques d'appréhender les conséquences environnementales à moyen et long terme. Le patrimoine géologique est devenu l'une des clés d'anticipation des changements. Il représente un vecteur essentiel des canaux de l'éducation à l'environnement des plus jeunes et des générations futures. Il semble intéressant pour un PNR tel que le PNR du Queyras et au-delà le territoire du Mont Viso, identifié par une géomorphologie spécifique, un patrimoine géologique et un patrimoine culturel matériel et immatériel singulier, d'étudier son insertion dans la labellisation géoparcs UNESCO. Dans une démarche de tourisme raisonné et durable, le réseau des géoparcs accompagne durablement, par son expérience internationale, les territoires de projets. À travers les différentes écoutes menées ces dernières années sur différents territoires touristiques, nous avons retenu l'expérience du label Géoparcs en tant

qu'innovation territoriale. Au départ, l'intérêt d'ajouter un label ne nous est pas paru très pertinent puisque les PNR disposaient, depuis plusieurs décennies, d'une marque nationale identifiant leurs partenaires principalement touristiques. Mais après avoir entendu des acteurs touristiques et économiques, nous constatons une implication des acteurs de ces territoires. Ce label UNESCO peut induire une certaine prise de distance institutionnelle par rapport aux limites intercommunales de la majorité des PNR. Les acteurs peuvent imaginer et construire, en collaboration avec les techniciens et géologues du géoparc, des produits correspondant à une identité locale, à une vision partagée et donc à une véritable destination touristique. Les acteurs institutionnels, par l'instauration du label, dépassent leurs zones de compétence et élaborent des projets communs innovants en suivant les orientations du tourisme durable et du développement local. Les acteurs privés se sentent plus investis car ils ne sont pas limités au territoire administratif du lieu d'implantation de leurs établissements. Ils peuvent travailler des produits touristiques proposant des séjours intéressants un large public ciblé par une promotion et une communication adaptées à leurs attentes. Enfin, il semble opportun de porter ce label UNESCO afin que les parcs redéfinissent leurs identités, leurs patrimoines naturels, culturels et leurs différences en tant que vecteur d'écotourisme et non uniquement en tant qu'espaces naturels protégés agissant pour le développement local de leurs territoires.

Bibliographie

- Bédard, F.** (2011). "L'excellence des destinations", *Téoros*, 30-1 / 2011, pp.9-11.
- Bensahel, L., & Donsimoni, M.** (2001). *Le tourisme, facteur de développement local*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Chamard, C., Rousset, A., Gayet, J., Alaux, C., Gollain, V., & Boisvert, Y.** (2014). *Le marketing territorial : comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires?* Louvain-La-Neuve : De Boeck.
- Clergeau, C., & Etcheverria, O.** (2013). *La mise en tourisme et le développement local par la création d'une atmosphère gastronomique. Analyse à partir du cas de Vonnas*. *Mondes du Tourisme*, n°7, p.52-67
- Le Roy, A.** (2001). *Tourisme et économie rurale : le tourisme rural peut-il (re)dynamiser nos campagnes ?*, in *Le tourisme, facteur de développement local, sous la direction de Liliane Bensahel et Myriam Donsimoni*, Collection Débats, éditions PUG, p.89-106.
- Pecqueur, B.** (1994). *Le système local des acteurs : émergence du développement économique local*, (p 91-111) in Proulx, M-U. (1994). *Développement économique. Clé de l'autonomie locale*, Les Editions Transcontinental inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Québec, 364 pages.
- Pitte, J-R.** (1993), *Des productions de qualité dans un paysage de qualité : un défi pour le monde rural français* in *L'aménagement foncier agricole et rural*, 79, pp.19-22.
- Vachon, B., & Coallier, F.** (1993). *Le développement local : théorie et pratique : réintroduire l'humain dans la logique de développement*. Boucherville : G. Morin.
- Venzal C.** (2020). "L'introduction des principes de la lecture de paysage et de l'art contemporain dans l'interprétation de géosites sur le territoire de la réserve naturelle géologique de Haute-Provence.", *La montagne explorée, étudiée et représentée : évolution des pratiques culturelles depuis le XVIIIe siècle*, Louis Bergès (dir.), Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques, <https://books.openedition.org/cths/11252>.
- Venzal, C.** (2014-2016). *Énergie, tourisme durable : 9 territoires en transition. Expériences et enseignements Mairie-conseils Caisse des Dépôts – Unadel* Juin 2016 : rédaction fiches reportages PNR Landes de Gascogne p. 20-25 suite aux entretiens réalisés en mars 2015 par Yves Gorgeu et Christel Venzal. / PNR Vercors p. 14-18 suite aux entretiens réalisés en mai 2015 par Stéphane Loukianoff et Christel Venzal.
- Venzal, C.** (2012). "Analyse et mise en perspective du géotourisme.", in *Global Geoparks Network – Unesco in Tourisme et patrimoine mondial*, Bourdeau L. (dir.), Québec, Presses de l'Université Laval, pp.285-298.



2.4 - Le “mille-feuille” des labellisations d’aires protégées en France : entre indigestion locale, complémentarité régionale et cohérence nationale *Il “millefoglie” delle attribuzioni di marchio alle aree protette in Francia : tra indigestione locale, complementarità regionale e coerenza nazionale*

Damien Marage, ThÉMA, UMR 6049 CNRS,
Université Bourgogne-Franche-Comté, Besançon, France

Synthèse - Sintesi - Synthesis



Le “mille-feuille” des labellisations d’aires protégées en France : entre indigestion locale, complémentarité régionale et cohérence nationale

Mots-clés : acteurs, délibération, conflits, gouvernance, patrimoine

Le leit-motiv du mille-feuille des aires protégées à la française est bien connu mais peu documenté. 20 types de labellisation peuvent être déployés à l'échelle métropolitaine, entraînant des superpositions spatiales non négligeables. Labelliser une aire protégée dans un territoire, c'est une cascade de processus qui s'inscrit dans l'histoire du droit de l'environnement. Cet écheveau complexe à la fois temporel, spatial et politique permet d'expliquer “l'indigestion” locale de la part des parties-prenantes, la complémentarité régionale qui actionne différents leviers réglementaires, administratifs et financiers et la cohérence nationale et internationale. Mais la labellisation d'une aire protégée doit faire projet dans et pour le territoire. Or labellise-t-on un projet de territoire ou un projet de paysage ? À condition de concevoir l'aire protégée comme un réservoir de ressources communes selon la terminologie ostromienne, en confiant la gouvernance territoriale et paysagère à un tiers, les tensions et les conflits chutent. Les conditions de l'acceptabilité sociale sont réunies et l'indigestion due au mille-feuille est dissipée. Concilier un projet de labellisation d'une aire protégée dans un territoire requière de combler un triple déficit de connaissance, de reconnaissance, et de dialogue y compris avec les non-humains. Aujourd'hui, l'enjeu est d'être “possédé”, soi-même, par un milieu de vie et remplie de vivant...peut-être la seule manière d'être efficace, autrement.



La “millefoglie” dei marchi attribuiti in Francia alle aree protette: tra indigestione locale, complementarità regionale e coerenza nazionale

Parole chiave: portatori di interesse, decisione, conflitti, governance, patrimonio

Benché poco documentato, il leitmotiv secondo cui le aree protette francesi siano paragonabili ad una «millefoglie» è ben noto. In Francia possono essere attribuiti venti tipi diversi di marchi a livello nazionale, il che, nella stessa area, dà luogo a significative sovrapposizioni. Attribuire un marchio ad un'area protetta in un territorio rappresenta un susseguirsi di processi legati alla storia del diritto dell'ambiente. Questo complesso intreccio temporale, spaziale e politico consente di spiegare la cosiddetta «indigestione» locale da parte dei portatori di interesse, la complementarità regionale che attiva diverse leve normative, amministrative e finanziarie nonché la coerenza nazionale e internazionale. L'attribuzione di un marchio ad un'area protetta deve essere tuttavia un progetto all'interno e a favore del territorio. Occorre innanzitutto capire quale sia l'oggetto del marchio: si tratta di un progetto per il territorio o di un progetto per il paesaggio? Le tensioni e i conflitti si smorzano, quando l'area protetta, secondo l'approccio di Elinor Ostrom, è concepita come un serbatoio di risorse comuni e il governo del territorio e del paesaggio viene affidato a un'entità terza. Nel qual caso le condizioni di accettabilità sociale sono soddisfatte e l'indigestione dovuta al «millefoglie» scompare. Conciliare un progetto di attribuzione di un marchio di un'area protetta in un territorio richiede che venga colmato un triplo deficit: di conoscenza, di riconoscimento reciproco e di dialogo, anche con i non-umani. Oggi, la sfida consiste nell'essere «posseduti» da un habitat vivo e vitale... forse l'unica maniera per essere efficaci, in modo diverso.



The “mille-feuille” (institutional layer-cake) of protected area labelling in France: between local indigestion, regional complementarity and national coherence

Keywords : actors, deliberation, conflicts, governance, heritage

The cliché of the “mille-feuille” (institutional layer-cake) of French-style protected geographical areas is well known but little documented. Up to 20 types of labelling can be deployed on a metropolitan scale, resulting in significant spatial overlaps. Labelling a protected area in a territory is a cascade of processes that is part and parcel of environmental law history. This complex web of time, space and politics helps explain local «indigestion» on the part of stakeholders – a regional complementarity which activates various regulatory, administrative or financial levers and national or international coherence. But the labelling of a protected area must be a project both “within” and “for” the territory. Ergo, do we label a territorial project or a landscape project? Provided that the protected area is conceived as a pool of common resources according to Ostromian terminology (and by entrusting territorial and landscape governance to a third party), tensions and conflicts tend to disappear. The conditions for social acceptability then fall into place and the indigestion due to “mille-feuille” is finally dispelled. Reconciling a labelling project for a protected area in a territory requires filling a triple gap in knowledge, recognition, and dialogue, non-humans included. Today, the challenge is to be «possessed», yourself, by a living environment and filled with life – which is perhaps the only way to be really effective...

Une large palette d'outils de labellisation en France métropolitaine

En définissant une aire protégée comme “un espace géographique clairement défini, reconnu, consacré et géré, par tout moyen efficace, juridique ou autre, afin d'assurer à long terme la conservation de la nature ainsi que les services écosystémiques et les valeurs culturelles qui lui sont associés” (Dudley,2008), les termes d'un processus de labellisation avec ses spécificités, ses critères sont clairement posés.

Les qualificatifs “reconnu”, “géré”, “moyen efficace, juridique ou autre” sont en effet des critères très importants : Par qui est reconnu cet espace ? Par qui est-il géré ? Qui juge de l'efficacité des moyens juridiques ou autres ? et qui évalue les résultats de l'état de conservation des espèces et des habitats naturels ? Autant de questions qui concourent à l'entretien du fameux leit-motiv du mille-feuille des aires protégées.

En France, la labellisation de tels espaces est initiée, à toutes les échelles administratives, par de nombreux acteurs le plus souvent institutionnels (État et ses établissements, collectivités territoriales) mais aussi par des Organisation non gouvernementale (ONG) ou des fondations. La création d'une aire protégée repose classiquement sur des outils juridiques regroupés en trois familles :

- celle de la **protection réglementaire** à plus ou moins long terme selon les outils juridiques mise en œuvre. Le classement est total, ad vitam aeternam et régleme toute les activités comme les cœurs des Parcs Nationaux (PN), les Réserves Naturelles Nationales (RNN), Régionales (RNR) ou de Corse (RNC), les réserves biologiques en forêt (Réserve Biologique Dirigée, Réserve Biologique Intégrale). Le classement peut être partiel en régleme tant

à long terme un nombre d'activités restreint : ce sont les sites classés, les Arrêtés Préfectoraux de Protection de Biotope (APPB), de géotope (APPG), d'habitat naturel (APPHN). Enfin, un classement à court terme et réversible existe, comme les Réserves nationales de Chasse et de Faune Sauvage (RNCFS) ou les Espaces Boisés Classés (EBC).

- celle de la **maîtrise foncière** par l'acquisition, l'aménagement et la restauration de milieux par des fondations, des associations, des Conservatoires régionaux ou départementaux d'Espaces Naturels (CEN), par des collectivités (politique des Espaces Naturels Sensibles des départements (ENS) ou bien les réserves biologiques forestières des communes, enfin par l'État avec le Conservatoire du Littoral et des Rivages Lacustres (CLRL), les Aires Marines Protégées (AMP).
- celle de mesures de **protections contractuelles** qui engagent librement les parties-prenantes tout en leur apportant certains avantages (financiers, sociaux, reconnaissance...). Ce sont les chartes de Parcs Naturels Régionaux (PNR), les aires d'adhésion d'un parc national, les Mesures Agri-Environnementales (MAE), des conventions de gestion entre les CEN et des propriétaires privés ou bien encore les contrats Natura 2000.

À ces trois familles s'ajoutent des **labellisations internationales** dont l'objectif est de protéger et de valoriser des espèces, des écosystèmes et des paysages exceptionnels. Il s'agit par exemple de celle sur les zones humides (convention de Ramsar), les Réserves de biosphère, les Biens naturels et mixtes inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO ou bien encore les Géoparcs mondiaux.

Ainsi en France métropolitaine, pas moins de 20 statuts différents peuvent être déployés sur les territoires terrestres et maritimes (Fig. 1).

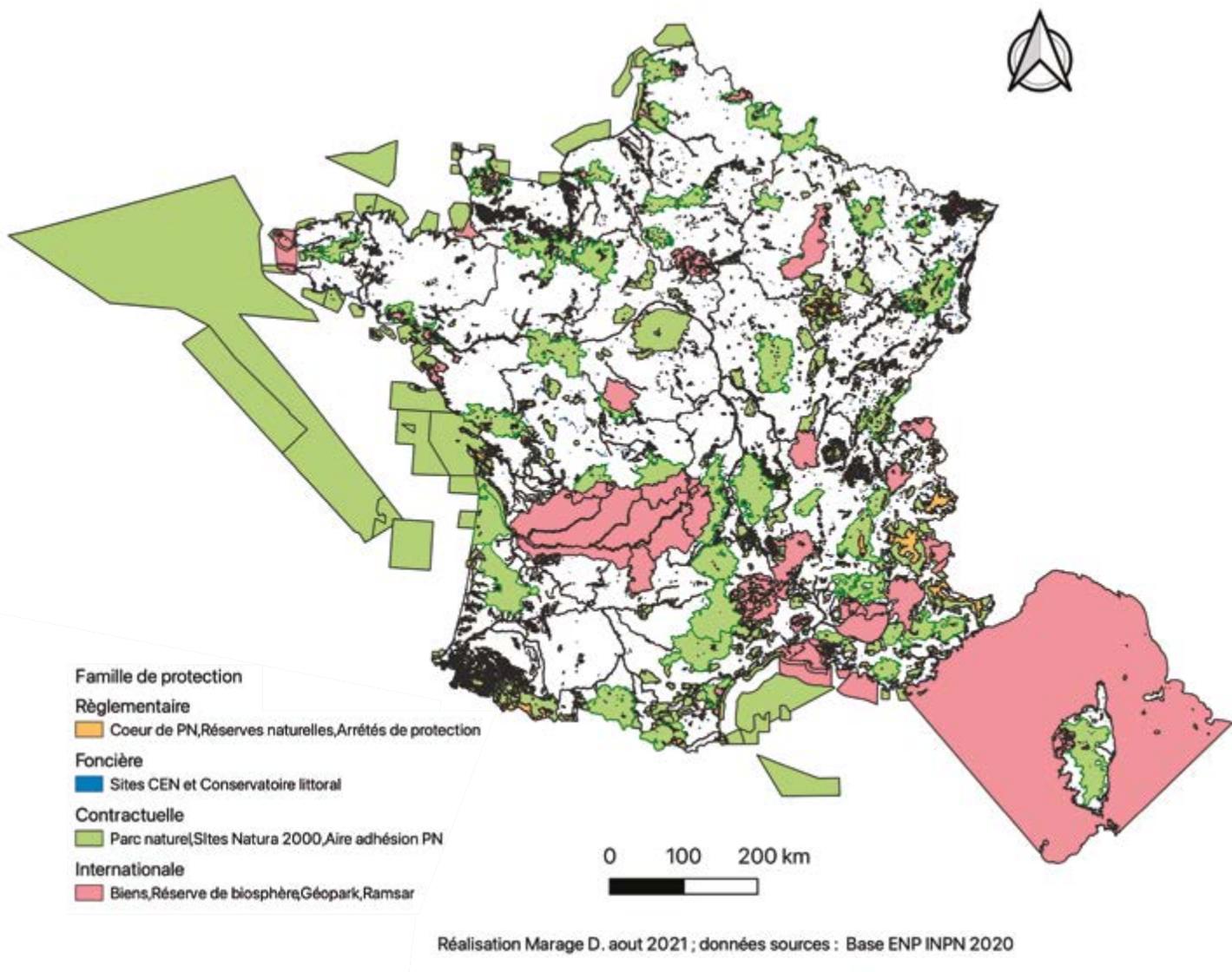


Figure 1. Les 20 statuts d'aire protégée déployés en France métropolitaine (source INPN, 2020)

Superposition, chevauchement, complémentarité : les faits

D'après INPN (2020), il existe peu de recouvrement surfacique (5,5 %) entre les trois familles décrites ci-dessous (Fig. 2).

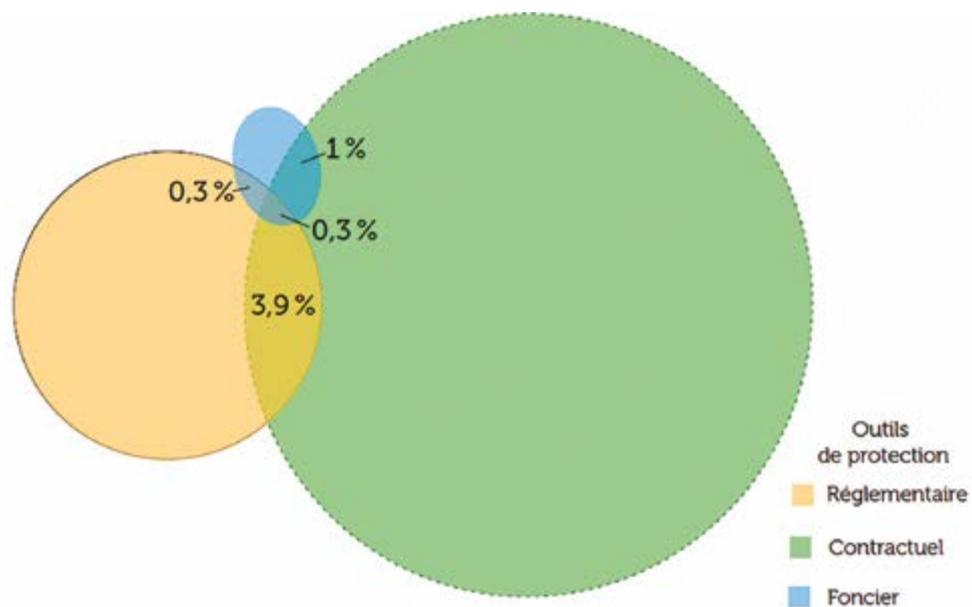


Figure 2. 5,5 % de recouvrement surfacique entre les trois familles de protection (d'après INPN 2020)

Pour ces auteurs, c'est une complémentarité à rechercher car ces différents modes de protection permettent de s'adapter au contexte local. En combinant sur certains territoires des outils de protection réglementaire, pour limiter ou interdire certains usages, et des outils contractuels pour financer des actions de restauration ou inciter à des pratiques plus durables, l'efficacité de la gestion de cette aire protégée doit s'améliorer. Par exemple, l'acquisition foncière permet de soustraire des portions de territoire à l'urbanisation, puis combinée à des mesures contractuelles, cette acquisition permet la restauration ou

l'entretien de ces milieux. Bref, cette diversité d'outils constitue un atout, en se complétant et se superposant. Elle est censée renforcer le niveau de protection. Cette statistique (5,5 % de recouvrement) à l'échelle nationale masque en réalité bien des disparités entre les 20 statuts d'aires protégées.

Prenons par exemple le cas des 54 PNR de France métropolitaine. Quelle est le pourcentage de recouvrement, donc potentiellement de double, de triple-compte entre les PNR, les sites Natura 2000 (outil contractuel) et les Réserve Naturelles Nationales (RNN) (outil réglementaire) ?

Tableau 1. Contribution en surface des Réserves naturelles nationales (RNN) et des Sites Natura 2000 désigné au titre de la Directive 92/43 Habitat/Faune/Flore (ZSC) dans les Parcs naturels régionaux, (France métropolitaine, domaine terrestre, source : <https://inpn.mnhn.fr/site/natura2000/stats>, <https://inpn.mnhn.fr/espace/protège/stats>)

Surface totale (ha)		Surface incluse dans PNR (ha)			
		Somme	Moyenne	Min	Max
RNN	153 013	81 414	3 109	8	17 500
ZSC	4 886 571	1 400 704	25 939	1 840	90 660

Ces 54 PNR s'étendent sur un peu plus de 9 millions d'ha du domaine terrestre en métropole. Les RNN couvrent 1 % de leurs surfaces tandis que les sites Natura 2000 en couvrent 15 % (Tab. 1). Tous les PNR ont au moins un site Natura 2000 dans leur périmètre, alors que 28 d'entre eux ont au moins une RNN. Pour ces 28 PNR, la quasi-totalité des 81 414 ha de RNN (94 %) sont elle-même incluses dans un site Natura 2000. Dans tous les cas, nous sommes bien au-delà des 3,9 % (Fig. 2). On peut remarquer que la moitié des PNR sont couverts par un peu plus de la moitié des RNN (53 %). Alors que 28 % des sites Natura 2000 sont inclus dans les PNR. Cela n'a pas du tout la même implication au niveau de la gouvernance des RNN ou des sites Natura 2000. En effet, 18 RNN sont administrés par un syndicat mixte de PNR correspondant à 33 682 ha soit 42 %.

Examinons, à présent, au sein d'une même famille de protection, ces recouvrements surfaciques à une échelle régionale. Dans la région Bourgogne-Franche-Comté (BFC), 27 % de la surface des Réserves Naturelles Nationales sont aussi des APPB et des Réserves Biologiques Intégrales (triple-compte). Et comme 100 % des surfaces de RNN en BFC sont sises dans des sites Natura 2000... 27 % de la surface des RNN (1 425 ha) sont régies par 4 dispositifs juridiques et administratifs différents !

Ces statistiques au sein ou entre une même famille d'outils de protection semblent donner raison au sens commun : c'est bien un véritable mille-feuille... C'est qu'avant de reconnaître et de labelliser un territoire en parc naturel régional ou bien en une réserve naturelle nationale, toute une cascade de processus est mise en œuvre.

Labelliser une aire protégée dans un territoire, c'est avant tout un processus

Cette cascade s'inscrit d'abord dans la longue histoire du droit de l'environnement. Les 20 statuts d'aires protégées sont issus de plusieurs courants de pensées. Leurs généalogies tracent des filières législatives et réglementaires d'origines diverses, trouvant leur expression parfois même dans des codes différents (e.g. forestier, urbanisme, environnement...), d'où l'apparition inévitable d'incohérences. Il y a, de fait, une forme d'accumulation des labels due à l'épaisseur du temps depuis les réserves forestières (1950), les réserves naturelles (1957), les parcs nationaux (1960), les PNR (1967), les APPB et RNN (1976), puis les Directives Oiseaux et Habitat/Faune/Flore (1979 et 1992), et enfin des compléments d'outils juridiques en 2016 avec les APHN et APPG.

Ensuite, c'est un processus géographique au sens où le territoire propre à être labellisé en aire protégée dispose le plus souvent d'un "bijou" et de son "écriin". Dans le jargon, on emploie le terme de "cœur" et de "zone tampon", d'"aire d'adhésion", de "périmètre de protection". Au sein d'un même label, les règles de gestion, d'usages, les interdictions sont différentes. La nécessité absolue de circonscrire géographiquement ces différences n'est pas facilitée par la géomorphologie des milieux naturels.

Enfin, c'est un processus de gouvernance : qui est associé à la démarche de labellisation ? Qui coordonne cette labellisation ? Qui la finance ? Qui la contrôle ? La France a progressivement intégré les orientations des conventions internationales et du droit communautaire dans une vision plus large de l'aménagement des territoires, qui relie la conservation de la biodiversité et le développement. À la suite de la Convention de Rio en 1992 et avec la mise en place du réseau européen Natura 2000,

elle a ainsi développé à grande échelle une politique de gestion contractuelle de la biodiversité, impliquant davantage les acteurs locaux. La loi relative à la démocratie de proximité (2002) prévoit d'associer plus étroitement les collectivités locales dans la gestion des aires protégées et donne compétence aux régions pour créer des réserves naturelles. Cette inflexion a été renforcée par la loi du 14 avril 2006, qui ouvre la gouvernance des parcs nationaux aux collectivités territoriales.

Le droit français a donc développé de nombreux dispositifs de gouvernance des aires protégées ouverts aux acteurs locaux. Par exemple, le comité consultatif de gestion d'une réserve naturelle regroupe l'ensemble des acteurs concernés et permet l'expression des avis sur toute décision relative à la réserve. Les élus locaux sont également représentés dans le conseil d'administration d'un parc national. Dans chaque site Natura 2000 est désigné un organe de concertation locale, le comité de pilotage (Copil), présidé par une collectivité, chargé de la planification et du suivi des actions de gestion.

Cet écheveau complexe de processus à la fois temporels, spatiaux et politiques permet d'expliquer (i) "l'indigestion" locale de la part des acteurs et des usagers (ii) la complémentarité régionale sous la forme de poupées gigognes qui graduellement actionne différents leviers réglementaires, administratifs et financiers (iii) et la cohérence nationale et internationale de l'ensemble qui inscrit ces processus de labellisation dans des stratégies nationales et internationales, souvent "descendantes".

Cet arsenal d'outils juridiques, administratifs et financiers, nombreux et complexes, doit être toutefois soigneusement articulé s'il veut démontrer sa complémentarité.

La labellisation d'une aire protégée doit faire projet dans et pour le territoire

La protection des paysages constitue la première base juridique de la protection de la nature en France, depuis l'école des peintres de Barbizon, la position de Victor Hugo puis les lois de 1906 et de 1930. La démarche paysagère se démarque des autres outils de labellisation car elle conçoit d'abord le paysage comme un "tout" selon une approche holistique et cherche à définir un "esprit des lieux" (Bertrand et Bertrand 2014, Davodeau 2011, Petit-Berghem, 2020). La politique des aires protégées s'en est encore peu inspiré. D'ailleurs la politique des sites et paysages n'est pas encore reconnue et incluse dans les reporting nationaux. Des travaux sont en cours dans le cadre de la Stratégie nationale des Aires protégées 2020-2030.

Alors une labellisation pour un projet de territoire ou un projet de paysage ? Ces formes de concertation-action ne sont-elles que simple juxtaposition ou ont-elles de réelles complémentarités ?

L'entrée par le paysage s'opère par le truchement de la réglementation liée aux sites classés et inscrits (loi 1930). L'opérateur principal est l'État et ses services. C'est l'intérêt général qui prime c'est-à-dire celui de la préservation de la qualité des paysages et de leurs aspects pittoresques, parfois légendaires. Des règles de gestion sont ensuite définies pour contrecarrer ou mieux accompagner l'attractivité touristique dont jouit le site et ses abords. Ces règles permettent de juguler l'afflux et limiter les dégradations du site. L'attrait touristique n'est pas sans générer des nuisances indirectes.

Dans un projet de territoire "centré-aire protégée", c'est soit l'affaire des élus, soit l'affaire de citoyens engagés. C'est dans tous les cas une volonté d'être reconnu afin de satisfaire une somme

d'intérêts particuliers. Cette volonté œuvre pour le développement de l'économie locale. Mais certains acteurs subissent, là encore, indirectement des nuisances : soit qu'ils ne souhaitent pas la labellisation de cet espace (par exemple, contraintes réglementaires), soit l'afflux touristique met en difficulté leurs usages privés (agriculture, viticulture, foresterie...).

Dans tous les cas de figures, le territoire tout comme le paysage est vécu et perçu, explicitement ou implicitement, comme une ressource (Mollard, 2001 ; Domon et al. 2004 ; Déry 2012) mieux, un réservoir de ressources communes selon la terminologie d'Elinor Ostrom (Ostrom 2007). Elle s'est démarquée de la théorie économique classique en abordant la gestion des réservoirs de ressources communes par la gouvernance. Son approche institutionnalisée des politiques publiques rompt avec le principe de l'État Léviathan prescripteur pour la gestion de ces ressources communes. Cette approche repose sur le principe que dans une "arène d'action donnée" – qui est toujours le résultat d'un contexte et de caractéristiques de communautés spécifiques – la logique de fonctionnement de la gestion du réservoir de ressources commune relève d'un système polycentrique ne mobilisant ni le droit ni le pouvoir politique. Cette logique de fonctionnement repose alors sur des ressorts d'interactions complexes.

La prise de conscience de la nécessité de conserver ce réservoir de ressources communes, comme le sont les aires protégées, est un enjeu majeur d'une politique publique environnementale. La labellisation, dans un territoire, d'une aire protégée se heurte à la multiplicité des intérêts personnels et des priorités des parties prenantes. Les deux figures du "consommateur" et du "citoyen" sont des idéaux types pour penser les relations d'intérêts qu'un acteur peut avoir vis-à-vis de sa participation à cette démarche. Le "citoyen" qui se pose en porte-parole de la cause court à l'échec s'il

ne parvient pas à créer une dynamique collective. Il doit assurer un leadership. Il doit aussi organiser des allers-retours entre sa propre compréhension de la cause et le collectif. Ceci le situe dans une certaine logique du consommateur. S'ils ont des priorités différentes, cet état de fait aboutit à des dilemmes, où le grand perdant est alors le réservoir de ressource commune à labelliser. "Citoyens" et "consommateurs" ont cependant en commun d'avoir une relation intéressée à la production de connaissances sur leur territoire.

L'approche par les socio-éco-systèmes pour une labellisation réussie

Les personnes et les organisations impliqués dans des dilemmes de ressource commune, comme le sont, par exemple, les aires protégées, sont bien évidemment touchées par un ensemble plus large de paramètres contextuels, liés aux attributs du socio-éco-système (SES) dans lesquelles elles agissent.

La figure 3 représente le cadre conceptuel d'une situation d'action où des organismes et/ou des personnes interagissent. Leurs interactions (I) ont des conséquences (O) sur le territoire. Comme en systémique, leurs interactions et leurs conséquences rétro-agissent positivement ou négativement sur les réservoirs de ressources, les ressources elles-mêmes, d'autres utilisateurs/usagers et la gouvernance du territoire. L'ensemble est sous une double dépendance à la fois selon le cadre institutionnel, politique, économique, social et culturel et selon le contexte environnement.

Ostrom et ses collaborateurs ont identifié un ensemble de variables ayant un impact sur la probabilité que les utilisateurs (U) s'organisent, interagissent dans le but de résoudre un dilemme à propos du réservoir de ressource commune (Ostrom 2007, Vogt et al. 2015). Parmi celles-ci

figurent la connaissance de la dynamique spatio-temporelle des unités de ressources, la prévisibilité du système de ressource, l'existence de règles de décision choisies par le collectif, la possibilité que le collectif a d'en changer, l'existence d'un esprit de leadership ou d'entrepreneuriat.

Lors du processus de labellisation (le législateur parle de création), les tensions sur le territoire sont l'expression de la résistance au changement des acteurs, démultipliée par l'intensité des interactions entre acteurs. Le plus souvent, deux catégories de tensions émergent : (i) entre acteurs (État/Elus/Organisation socio-professionnelle) (ii) entre les règles de gestion de ces réservoirs de ressources communes selon les termes de Ostrom et Cox (2010).

À condition de concevoir le territoire comme une ressource, en confiant la gouvernance territoriale et paysagère à un tiers, désigné à la fois par le politique, l'économique et le social, le niveau de tensions et les conflits doit chuter et la labellisation de ces réservoirs de ressources communes doit s'améliorer. Créer un climat de confiance des uns envers les autres et développer des règles de gestion adaptées, circonstanciées vis-à-vis du cadre environnemental est d'une importance capitale pour la résolution de dilemmes sociaux. Une des clés de ce développement est banalement apprendre à se connaître : connaître l'histoire des autres utilisateurs/participants, ce qui n'est souvent pas le cas pour tous avant d'interagir augmente la probabilité de coopération. Lorsque la ressource est encore en bon état écologique (ou va en s'améliorant), les utilisateurs dépendant directement de cette ressource investissent dans le développement de la confiance afin de contrôler, de différentes manières, les autres utilisateurs : un résultat surprenant, non ? (Ostrom, 2010).

Dans ce cas seulement les conditions de l'acceptabilité sociale sont réunies et l'indigestion due au "mille-feuille" est dissipée.

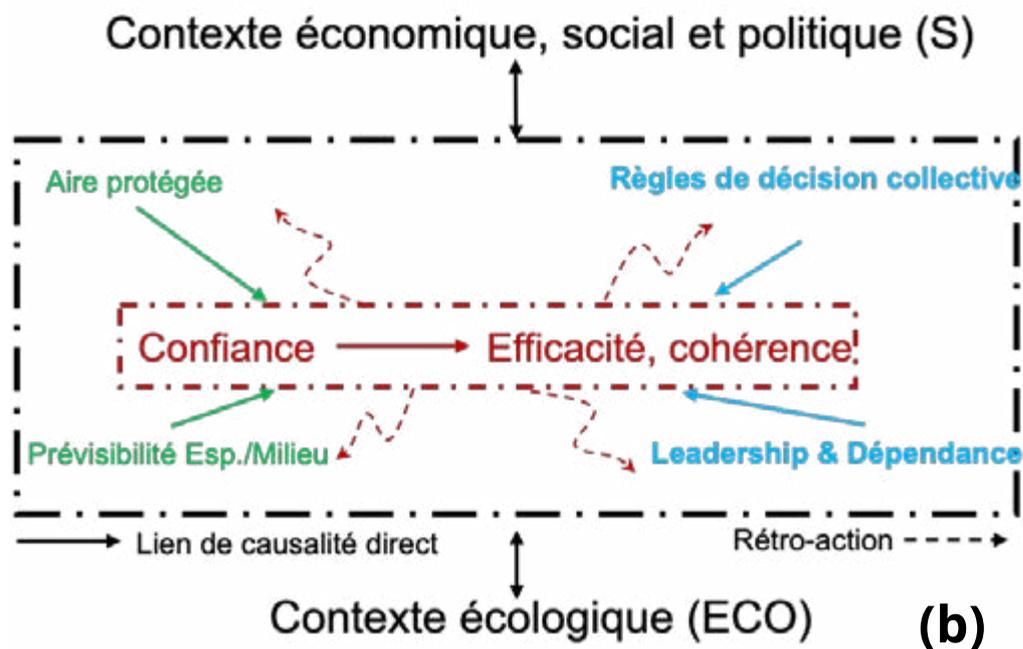
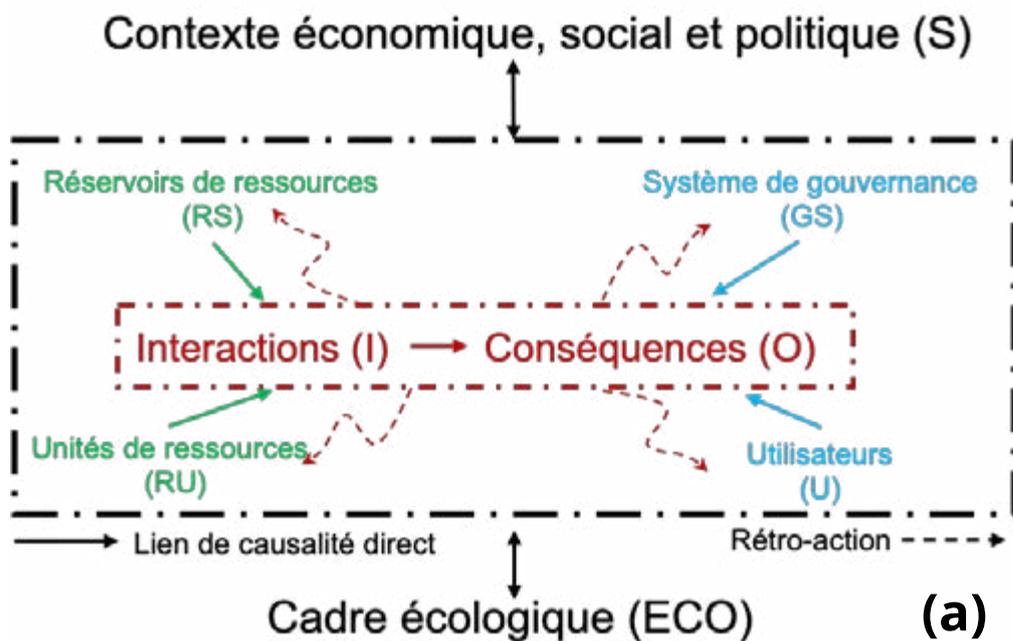


Figure 3. Le cadre conceptuel des socio-éco-systèmes (a) et leur application dans le cadre d'une labellisation d'aire protégée réussie (b) (adapté d'après Ostrom 2007)

Conclusion

Concilier un projet de labellisation d'une aire protégée dans un territoire requiert de combler sans cesse un triple déficit (i) de connaissance (ii) de reconnaissance (iii) et de dialogue. Dans une situation d'action donnée, ouvrir le débat dans ce processus de labellisation, c'est donner la possibilité que s'expriment des oppositions. L'implication des utilisateurs ne résout pas toujours les tensions et les conflits. Parfois la légitimité nationale de portée réglementaire forte (e.g. parc national, réserves) se heurte à la sur-légitimité du local (revendication de liberté, "figure" locale qui prend le leadership...). Il est alors tentant de vouloir contrebalancer le réglementaire par une approche contractuelle. Cela ne fonctionne pas toujours. Les utilisateurs craignent en effet que la réglementation se diffuse hors du cadre géographique bien défini de l'aire protégée en question. Dans ces situations-actions, il faut sans cesse affirmer (e.g. énoncer des faits) pour révéler la légitimité des futures actions et construire un climat de confiance. Pour Sanderson et al. (2018), "Quand ils sont bien financés, bien gérés et qu'ils préservent un lien social fort, les espaces protégés constituent la stratégie de conservation qui a le plus fait ses preuves face à l'érosion de la biodiversité".

C'est alors se demander qui a besoin de l'autre, l'autre humain, mon semblable. Mais les autres vivants, les non-humains qui constituent implicitement ces unités de ressources ont-ils besoin de nous ?

Pour cela de nouvelles approches doivent être testées. En instaurant par exemple des "parlements des choses" (Latour 2018), ou bien encore en créant une diplomatie entre humains et non-humains (Morizot 2016). Ces derniers doivent pouvoir participer à l'administration des aires protégées, à leur intendance.

Pour Philippe Descola (2021), nous, les modernes, nous possédons la nature, ses ressources, ses possibilités de production. Aujourd'hui, l'enjeu est d'être "possédé", soi-même, par un milieu de vie et rempli de vivant...peut-être la seule manière d'être efficace, autrement.



Références

- Bertrand, C. et G. Bertrand.** *Projet de paysage ou projet de territoire ? un enjeu pour les réseaux de paysage.* *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, (38) : 9-16, 2014.
- Davodeau, H.** *La dimension spatiale de l'action paysagère.* *Annales de géographie*, 3, 246-265. 2011.
- Déry, S.** *Le paysage comme ressource.* *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2012.
- Descola, P.** *Les Formes du visible.* Paris, Les Livres du nouveau monde, Seuil, 2021.
- Domon, G., F. Tremblay, et L. Bélanger.** *Le paysage comme composante incontournable de la gestion intégrée des ressources et des territoires. Rapport final pour la convention d'étude sur la gestion de la forêt publique québécoise, Chaire en paysage et environnement de l'Université de Montréal, 2004.*
- Dudley, N.** *Lignes directrices pour l'application des catégories de gestion aux aires protégées.* Technical report, Gland, UICN, Suisse, 2008.
- INPN 2020.** *La biodiversité en France — 100 chiffres expliqués sur les espaces protégés.*
- Latour, B.** *Esquisse d'un parlement des choses.* *Ecologie politique*, (1) : 47-64, 2018.
- Mollard, A.** *Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente.* *Economie rurale*, 263(1) : 16-34, 2001.
- Morizot, B.** *Les diplomates. Cohabiter avec les loups sur une autre carte du vivant.* Marseille, Wildproject, 2016.
- Ostrom, E.** *A diagnostic approach for going beyond panaceas.* *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(39):15181-15187, 2007.
- Ostrom, E. and M. Cox.** *Moving beyond panaceas: a multi-tiered diagnostic approach for social-ecological analysis.* *Environmental Conservation*, 37(4) : 451-463, 2010.
- Petit-Berghem, Y.** *L'écologie au service du projet de paysage : réinventer une pensée paysagère ?* ISTE, 2020.
- Sanderson, E. W., Walston, J., Robinson, J.** 2018. *From Bottleneck to Breakthrough: Urbanization and the Future of Biodiversity Conservation .* *BioScience*, Vol. 68, Issue 6, 412-426. <https://doi.org/10.1093/biosci/biy039>.
- UMS PatriNat (OFB-CNRS-MNHN), Paris, 44 p.**
- Vogt, J. M., G. B. Epstein, S. K. Mincey, B. C. Fischer, and P. McCord.** *Putting the "e" in ses: unpacking the ecology in the ostrom social-ecological system framework.* *Ecology and Society*, 20(1), 2015.

2.5 - Les labels UNESCO dans les espaces protégés des Alpes françaises : synergies et limites / I marchi UNESCO negli spazi protetti delle Alpi francesi : sinergie e limiti

Christophe Gauchon, Université Savoie Mont Blanc, laboratoire EDYTEM

Synthèse - Sintesi - Synthesis



Les labels UNESCO dans les espaces protégés des Alpes françaises : synergies et limites

L'observation des espaces protégés des Alpes françaises met en lumière la superposition fréquente de labels multiples censés en rehausser le prestige et, qui sait ? en favoriser le développement.

La principale question de la contribution porte sur la nature des synergies entre labels de l'UNESCO et espaces protégés gérés : les espaces protégés sont-ils mieux placés que d'autres pour obtenir des labels ? Et la multiplication des labels favorise-t-elle la singularisation du territoire ainsi distingué, ou entraîne-t-elle un risque de dilution et de confusion finalement préjudiciable ? La communication portera sur les 3 parcs nationaux, les 9 Parcs naturels régionaux, les réserves naturelles et les réserves biologiques des Alpes françaises, et s'intéressera à 5 labels portés par l'UNESCO : Patrimoine mondial, Géoparcs, Réserves de Biosphère, Ramsar et Patrimoine culturel immatériel.

Un relevé exhaustif des cas dans les Alpes françaises, en tenant compte de la complexité des situations, oblige à distinguer selon la chronologie d'obtention des labels et de création des espaces protégés et selon le statut des espaces protégés : la situation s'avère très différente entre les Parcs nationaux et les Parcs naturels régionaux, ce qui interpelle sur le rôle de ces espaces protégés sur les territoires et sur leur niveau d'implication dans le montage des dossiers de labellisation.



I marchi UNESCO nelle aree protette delle Alpi francesi: sinergie e limiti

L'osservazione delle aree protette delle Alpi francesi pone in evidenza la frequente sovrapposizione di molteplici marchi che dovrebbero aumentarne il prestigio e favorirne altresì lo sviluppo.

Il tema principale del contributo riguarda le sinergie tra i marchi Unesco e le aree protette gestite: queste ultime hanno forse maggiori requisiti rispetto ad altre aree ai fini dell'ottenimento di un marchio? Il moltiplicarsi dei marchi rende un territorio più singolare rispetto ad altri o comporta piuttosto un rischio di diluizione e, in definitiva, una confusione dannosa? La comunicazione si concentrerà sui 3 parchi nazionali, i 9 parchi naturali regionali, le riserve naturali e le riserve biologiche delle Alpi francesi, e si interesserà altresì a 5 marchi UNESCO: Patrimonio Mondiale, Geoparchi, Riserve della Biosfera, Ramsar e Patrimonio Culturale Immateriale.

Un'indagine esaustiva dei casi nelle Alpi francesi, che ha tenuto conto della complessità delle situazioni, richiede che venga fatta una distinzione secondo la data dell'ottenimento del marchio e della creazione delle aree protette e secondo lo status delle aree protette stesse: la situazione è molto diversa tra i parchi nazionali e i parchi naturali regionali, il che chiama in causa il ruolo di tali aree protette sul territorio e il loro livello di coinvolgimento nella predisposizione del fascicolo di candidatura all'ottenimento del marchio.



UNESCO labels in the protected areas of the French Alps: synergies and limitations

Observation of the protected areas of the French Alps highlights the frequent superposition of multiple labels meant to enhance their prestige and –who knows?– promote their development.

The main question of the contribution concerns the nature of the synergies between UNESCO labels and managed protected areas: are protected areas better placed than others to obtain labels? And does the multiplication of labels favor the “differentiation” of the territory thus distinguished? Or does it entail a risk of dilution and ultimately harmful confusion?

The communication will focus on the 3 national parks, the 9 regional natural parks, the natural reserves and the biological reserves of the French Alps, and will concentrate on 5 UNESCO labels: World Heritage, Geoparks, Biosphere Reserves, Ramsar and Intangible Cultural Heritage.

An exhaustive list of cases in the French Alps, taking into account the complexity of the situations, forces to make a distinction between the chronology of obtaining labels or creating protected areas on one hand, and the status of protected areas on the other: the situation turns out to be very different between National Parks and Regional Natural Parks, which calls into question the role of these protected areas within administrative areas and their level of involvement in the preparation of labelling applications.

Introduction

La mécanique des labels met en jeu des territoires, des normes et des objectifs politiques. Des acteurs dotés d'un solide niveau d'ingénierie sont mobilisés pour produire les discours et préparer les dossiers qui prouveront qu'un territoire donné satisfait aux normes requises pour prétendre à l'obtention du label. Or les espaces protégés gérés, mieux que d'autres territoires, réunissent ces compétences et ces moyens, et cette superposition de plusieurs labels sur les mêmes espaces relève alors d'une certaine logique.

Les Alpes françaises, dans les limites de la Convention alpine, offrent un bon théâtre d'observation, tant les espaces protégés y sont nombreux et tant les enjeux de développement et de distinction des territoires y sont présents. Nous ne distinguerons pas ici entre labels qui portent sur des aspects naturels et ceux qui s'attachent à des éléments culturels car fondamentalement, les structures de la fabrique du patrimoine sont les mêmes. La question n'est donc pas liée à la nature des patrimoines protégés, mais aux dispositifs institutionnels et territoriaux qui rendent possible la superposition des labels sur les mêmes espaces.

Le discours patrimonial, la fabrique du patrimoine, la parole performative sont en cause : suffit-il de dire "ceci est du patrimoine" pour que ça le devienne ? Suffit-il qu'un territoire cumule les labels pour se distinguer ? Outre les limites en termes de lisibilité pour les non-professionnels du label, la plus-value n'est-elle pas contrebalancée par le risque d'une plus grande confusion ou d'une certaine dilution ? Autrement dit, la singularité d'un lieu ne se satisferait-elle pas mieux d'être honorée par une seule et unique distinction appropriée ?

I. Les données du problème

Labels et espaces protégés relèvent de deux catégories différentes; toutefois, une convergence d'intérêts fait que ces deux catégories se rejoignent souvent (Gauchon, 2020). Les espaces protégés s'accompagnent d'une dimension contraignante, ou perçue comme telle. Au contraire, les labels sont recherchés comme des gratifications dont les gestionnaires d'espaces protégés escomptent une meilleure acceptation et, à terme, une efficacité accrue par rapport aux buts de protection visés.

Certains éléments représentatifs du patrimoine culturel immatériel sont rattachés à des pratiques plus qu'à des territoires, tel le repas gastronomique des Français, indépendamment du lieu où la table est dressée. Mais la plupart des labels de l'UNESCO renvoient à un territoire particulier, soit parce que les biens sont délimités par un périmètre précis, soit indirectement par la liste des acteurs impliqués (par exemple le Festnoz).

Certains de ces labels sont décernés sans limite de temps mais peuvent être perdus si un dysfonctionnement majeur est avéré (Patrimoine mondial). D'autres sont octroyés pour une période donnée, 4 ans pour les géoparcs ou 10 ans pour les réserves de biosphère, à l'issue de laquelle la labellisation fait l'objet d'un réexamen.

Dans le cadre de cette étude, nous avons retenu cinq labels décernés par l'UNESCO dans le domaine du Patrimoine, à savoir :

- Les réserves de biosphère, nées du programme Man and Biosphere (1971). Actuellement, 714 sites sont retenus pour représenter la diversité des écosystèmes de la planète, dont 3 dans les Alpes françaises.

- La convention Ramsar, traité intergouvernemental signé en 1971, a pour objet "la conservation et l'utilisation rationnelle des zones humides et de leurs ressources". 2 430 sites sont désignés comme "zones humides d'importance internationale", dont 3 dans les Alpes françaises.
- La convention sur le patrimoine mondial a été signée en 1972 ; il s'agit du label UNESCO le plus connu du grand public. Depuis la session de juillet 2021, 1 154 biens sont inscrits sur cette liste, dont 3 dans les Alpes françaises.
- Le patrimoine culturel immatériel (pci), issu d'une convention signée en octobre 2003, compte 584 éléments représentatifs de la diversité culturelle de l'humanité, dont 3 dans les Alpes françaises.
- Les géoparcs : Le Réseau mondial des géoparcs, créé dès 2004, est devenu un programme de l'UNESCO en novembre 2015. Contrairement aux quatre labels précédents, les 169 géoparcs restent centrés sur la Chine et sur l'Europe, dont 4 dans les Alpes françaises.

Plusieurs de ces labels de l'UNESCO peuvent se chevaucher sur le même bien ou sur le même espace : Ramsar et patrimoine mondial, Man and Biosphere et patrimoine mondial, Géoparcs et patrimoine mondial... mais de telles configurations ne sont pas avérées dans les Alpes françaises.

Du côté des espaces protégés, nous nous intéresserons ici aux seuls espaces protégés gérés, c'est-à-dire ceux auxquels sont affectés des moyens, du personnel, un budget et des objectifs, à savoir : 3 parcs nationaux, 9 parcs naturels régionaux, 27 Réserves naturelles nationales et Réserves naturelles de chasse et de faune sauvage, 31 Réserves biologiques dirigées ou intégrales (outils de protection ONF). Nous excluons donc les sites classés et les Arrêtés

préfectoraux de protection de biotope ou de géotope qui ne sont pas pourvus de moyens de gestion affectés, et donc sans possibilité d'animer une politique autour de ces territoires. Pour la raison inverse, nous ne prendrons pas non plus en compte les Pays d'Art et d'Histoire, espaces gérés mais sans mesure de protection propre associée.

II. État des lieux

Sur la figure 1, apparaissent les interactions très diverses entre espaces protégés et labels UNESCO.

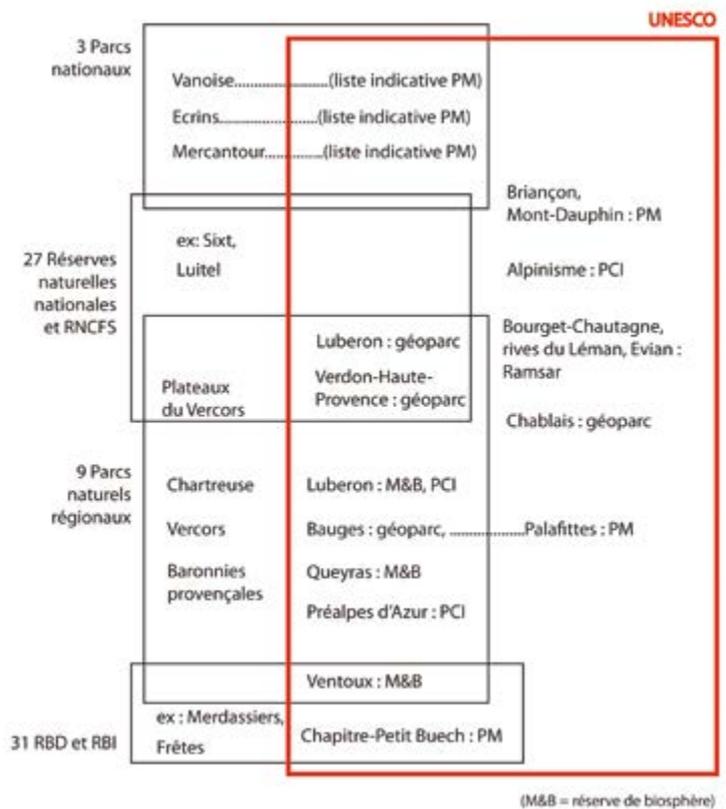


Figure 1. Espaces protégés et labels UNESCO : diversité des situations

Les trois parcs nationaux des Alpes françaises n'émargent à aucun label UNESCO, même s'ils figurent sur la liste indicative que la France a déposée pour une éventuelle candidature à venir au Patrimoine mondial : pour une éventuelle candidature à venir au patrimoine mondial. À l'opposé, les parcs naturels régionaux semblent beaucoup plus intéressés par la conquête de tels labels. Cela renvoie à la différence de statut de ces espaces protégés : les parcs nationaux sont des établissements publics dotés de missions relatives à la protection des milieux. Au contraire, les PNR sont des territoires de projet animés par des collectivités locales et territoriales, et la gestion en est beaucoup plus politique qu'administrative. Les acteurs politiques trouvent souvent un intérêt à obtenir un label qui prouve les capacités opérationnelles du PNR qu'ils pilotent.

Mais parmi les PNR, les situations sont très différentes, avec des parcs sur-labelisés et d'autres qui restent à l'écart de ce mouvement. Trois cas apparaissent donc (lecture de la figure 1 de gauche à droite) :

1. Des espaces protégés sans aucun label UNESCO : c'est le cas le plus général car les labels UNESCO restent des marques de distinction qui valent par leur rareté. Mais l'absence de labels UNESCO ne doit pas occulter d'autres labellisations, comme l'AOC puis AOP Bleu du Vercors-Sassenage en 1998-2001 ou l'AOC Bois de Chartreuse en 2018, signes de qualité auxquels la population locale est parfois plus sensible. Bonneval-sur-Arc (dans l'aire optimale d'adhésion du PN Vanoise, mais qui n'a pas adhéré à la charte) ou La Grave (aire d'adhésion du PN Écrins) émargent à l'association des "Plus beaux villages de France", labellisation dont les communes ont l'initiative.
2. Des espaces protégés dotés d'un ou plusieurs labels UNESCO : 6 PNR sur 9 dans les Alpes

françaises sont concernés par au moins un de ces labels, et jusqu'à 3 labels pour les plus dotés. Les deux Réserves naturelles dites géologiques des Alpes du Sud sont aujourd'hui labellisées en tant que géoparcs UNESCO ce qui s'explique par l'histoire même de ce label initié au sein de la Réserve de Haute-Provence (proclamation en 1991 de la Déclaration internationale des Droits de la mémoire de la Terre ou "déclaration de Digne"). Elles se trouvent, toutes ou en partie, dans des périmètres de PNR, même si dans les faits ce sont les RNG qui ont obtenu le label géoparc.

3. Des labels UNESCO hors espaces protégés : si certains espaces protégés sont actifs dans l'obtention de labels internationaux, d'autres acteurs sont capables de se mobiliser : le groupement d'action local du Chablais par exemple a été à l'origine de la labellisation de son géoparc, et B. Debarbieux (2020) a raconté comment les municipalités de Chamonix et de Courmayeur ont œuvré pour que l'alpinisme soit inscrit au pci.

Les labels UNESCO présents dans les Alpes françaises ont donc une affinité particulière avec les espaces protégés : sur 16 biens ou éléments labellisés par l'UNESCO, 10 se trouvent tout ou partie dans des espaces protégés, et même 13 sur 20 si l'on tient compte des biens sur liste indicative du Patrimoine mondial.

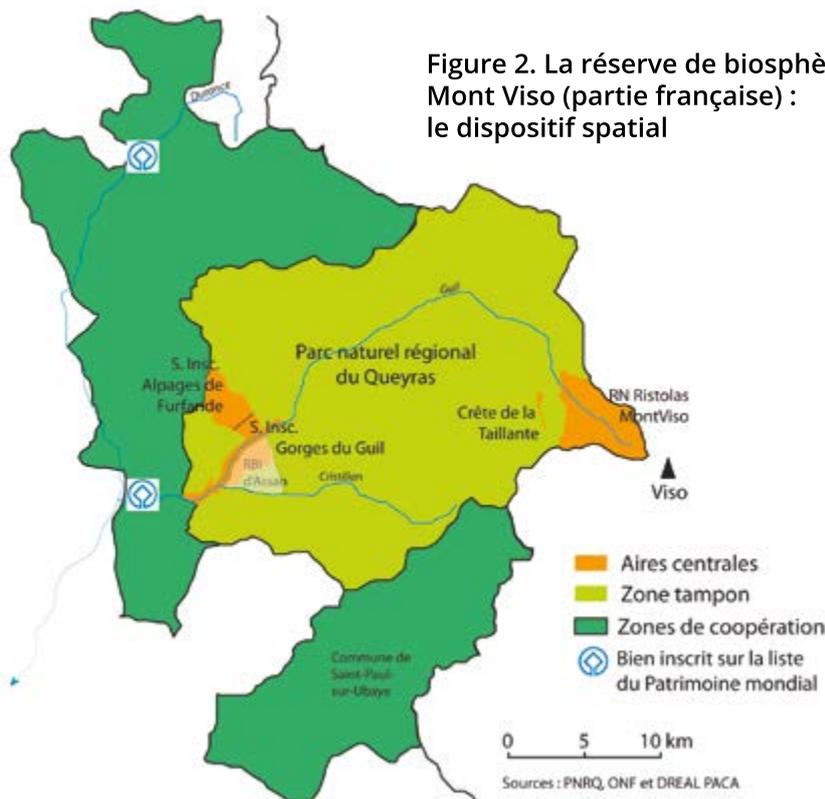
Mais la synergie ne vaut pas pour tous les labels UNESCO. Ainsi les trois réserves de biosphère des Alpes françaises (Ventoux, Luberon et Viso) se situent dans des PNR, ce qui montre la bonne cohérence et la convergence entre les critères d'évaluation. Au contraire, les trois sites Ramsar (lac du Bourget-marais de Chautagne, impluvium des eaux d'Évian, rives du Léman) se trouvent hors de tout espace protégé tel que défini *supra*. Les deux filières semblent donc plus déconnectées, les réseaux d'acteurs ne sont pas les mêmes.

De plus, le recoupement spatial et thématique entre espace protégé et label UNESCO est très variable. Par exemple, le géoparc des Bauges se superpose exactement au périmètre du PNR, ce qui relève d'une volonté de ne pas introduire de disparités à l'intérieur du PNR. La réserve de biosphère du Mont Viso, créée en 2013, s'articule de façon plus complexe avec le territoire du PNR du Queyras (figure 2) : pour sa partie française, l'espace labellisé MaB associe trois zones centrales à l'intérieur du PNR, dont l'une correspond à une réserve naturelle nationale préexistante et une autre à deux sites naturels inscrits, sachant que la rive gauche du Guil est aussi incluse depuis 2014 dans la RBI d'Assan ; le troisième membre de la zone centrale, la crête de la Taillante, n'est pas un espace protégé en tant que tel mais est inclus dans une zone Natura 2000. Même si le territoire du PNR constitue la zone-tampon de la Réserve de biosphère, le territoire de la réserve de biosphère et celui du PNR ne sont donc pas superposables, ni leurs objectifs de gestion identiques.

De même les trois parcs nationaux ne sont pas dans la même situation vis-à-vis de la liste indicative du patrimoine mondial : les PN de la Vanoise et des Ecrins y sont inscrits pour l'intégralité de leur zone cœur, alors que le PN du Mercantour participe d'un ensemble franco-italien plus vaste appelé "Les Alpes de la Méditerranée".

Le cumul de labels peut s'expliquer par des raisons objectives : le Code de l'Environnement précise les conditions de création d'un parc national, d'un PNR ou d'une réserve naturelle (articles L 331-1, L 332-1 et L 333-1) : par exemple, le milieu naturel d'un parc national doit "présenter un intérêt spécial". Ces espaces ont donc été identifiés comme remarquables, et la convergence avec les critères exigés par tel ou tel label de l'UNESCO est donc logique.

De plus, ces espaces protégés bénéficient d'une protection efficace, gage de pérennité et d'intégrité des éléments constitutifs de leur valeur patrimoniale.



La Convention de 1972 et les orientations qui régissent l'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial stipulent qu'un bien ne peut être inscrit que s'il bénéficie d'une protection de haut niveau dans le pays concerné. La redondance est donc une obligation exigée par l'UNESCO.

Certes, le Comité français du Patrimoine mondial a une vision assez large de la notion de protection "au maximum des ressources disponibles" et il admet que les sites ou les monuments historiques classés, protection considérée comme faible, sont éligibles à l'inscription. Les dispositions relatives à la sauvegarde des paysages qui figurent dans les chartes de PNR sont aussi des garanties pour l'inscription sur la liste du pci de la construction en pierres sèches dans le Luberon ou de la parfumerie dans les Préalpes d'Azur.

Enfin, les espaces protégés, et surtout les PNR disposent d'une ingénierie qui trouve à s'employer au montage des dossiers de labellisation : des équipes de 20 ou 30 personnes compétentes, à demeure, mobilisables sur la durée, avec le renfort du Conseil scientifique...

Pour toutes ces raisons, l'obtention de labels internationaux peut aussi apporter la preuve du bien-fondé de l'espace protégé et de l'efficacité de ses équipes. La stratégie d'obtention et de mise en œuvre de ces labels entre donc de plain-pied dans la notion de territoires de projet, car le projet n'est pas donné une fois pour toutes lors de la création de l'espace protégé, mais évolue en fonction du contexte, des attentes et des opportunités.

III. Les stratégies en œuvre

Les deux PNR des Alpes du Sud dotés d'une réserve de biosphère présentent des trajectoires opposées : le PNR du Luberon est

créé en 1977, et vingt ans plus tard, une partie de son territoire est érigée en réserve de biosphère, dans une séquence classique où un espace protégé obtient un label international, puis deux autres encore dans les vingt ans qui suivent. À l'opposé, autour du mont Ventoux, la réserve de Biosphère existe depuis 1990, et le PNR est créé en 2020 ; la séquence est donc inverse, et l'existence d'une réserve de biosphère a été un argument puissant dans la démonstration de l'opportunité du PNR. Les deux trajectoires semblent donc également possibles.

Mais la figure 3 montre que la trajectoire suivie par le Luberon est beaucoup plus représentative : ce sont les espaces protégés qui créent les conditions de leur labellisation et qui s'efforcent de l'obtenir, dans des temporalités qui peuvent être très variables. L'obtention de labels internationaux prouve à la fois la qualité du territoire, l'efficacité des équipes techniques et l'entregent des acteurs politiques.

Toutefois, les stratégies qui aboutissent à l'obtention de labels UNESCO sont très modulables, et l'effet d'aubaine n'y est pas toujours étranger. Prenons le cas du PNR du massif des Bauges, qui obtint en 2011 le label géoparc. Le "Rapport d'orientations opérationnelles" de la charte adoptée en 2007 annonçait l'intention de "promouvoir de nouvelles formes de valorisation des éléments de patrimoine remarquables [et de] soutenir toutes les initiatives de valorisation" (p. 38). Mais la charte ne disait pas un mot de la possibilité de créer un géoparc, n'évoquait jamais les notions mêmes de géopatrimoine ou de géosites. Mais en 2009-10, face à la montée en puissance du réseau européen des géoparcs, l'équipe du PNR et le conseil scientifique furent très réactifs et finalisèrent en quelques mois un dossier de candidature pour leur géoparc.

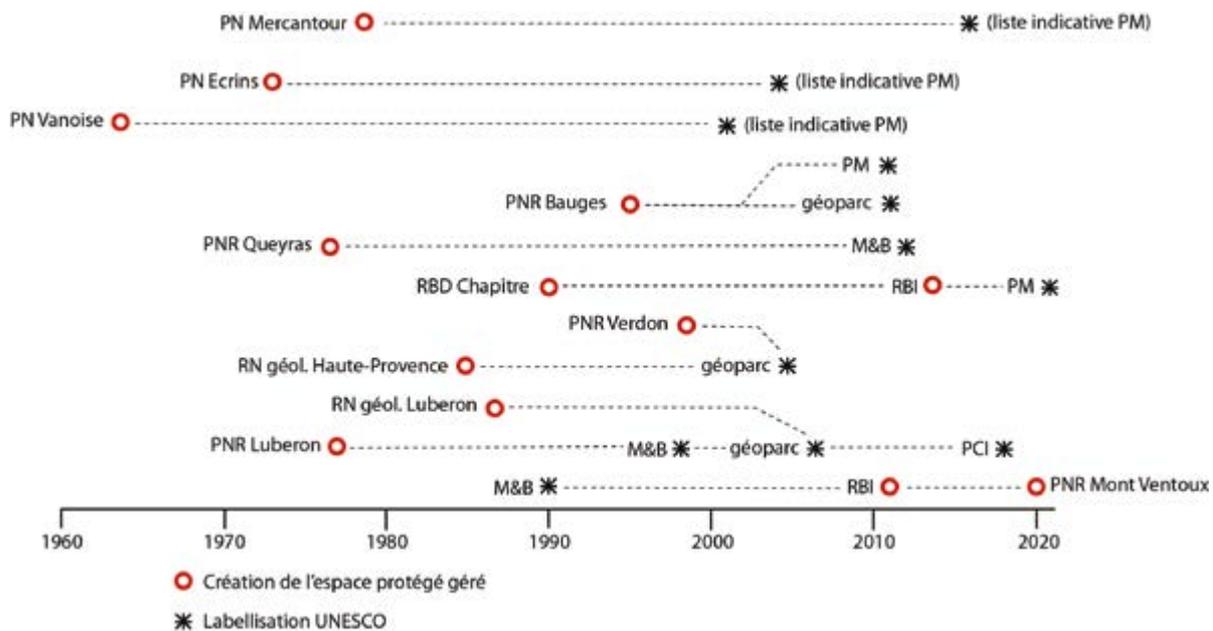


Figure 3. Espaces protégés, espaces labellisés : les trajectoires

Quant à l'inscription de trois sites palafittiques, situés dans le périmètre du PNR des Bauges, dans un bien sériel du Patrimoine mondial, l'initiative et la conduite du projet échappèrent complètement à l'équipe du PNR. L'obtention de labels, y compris les plus prestigieux, suit donc des voies insoupçonnées et les espaces protégés n'en sont pas toujours à l'origine.

Dans le PNR des Préalpes d'Azur, la charte adoptée en 2012 n'envisageait pas comme objectif direct l'inscription de la parfumerie au pci, mais elle consacrait plusieurs développements aux "patrimoines ethnographiques" et aux plantes à parfum (diagnostic territorial, tome 1 p. 119 ; tome 2 p. 228 et 251) et se fixait comme objectif "d'inventorier le patrimoine immatériel" (rapport de charte, art. 20) ; le syndicat mixte de préfiguration avait passé une convention avec le pôle de compétition "Parfums, arômes, saveurs, senteurs" (annexes au diagnostic territorial, p. 10). Les savoir-faire liés au parfum et les enjeux fonciers associés avaient donc été identifiés comme majeurs au sein de l'espace protégé.

D'autres PNR ne semblent pas rechercher de telles distinctions, ou ne parviennent pas à les obtenir. Au tournant des années 2000-2010, le PNR du Vercors a tenté de créer un géoparc mais le dossier était conçu sous un angle trop étroit autour des structures et des formes du calcaire urgonien et la candidature n'a pas abouti. Quelques années avant, en 2005-2007, un site karstique du Vercors, le réseau des grottes de Choranche, s'était trouvé impliqué dans une candidature sérielle de 19 grottes françaises en vue d'une inscription sur la Liste du patrimoine mondial. Mais le classement préalable des grottes au titre des sites naturels suscita un conflit local et le PNR n'appuya que mollement la démarche. Dans ces deux cas, le territoire n'a donc pas souhaité porter ces candidatures avec la fougue et la ténacité nécessaires.

À l'opposé, les acteurs sous-estiment parfois le potentiel de labellisation qu'offre leur territoire. Le monastère de la Grande-Chartreuse fait montre d'une discrétion propre à sa vocation monastique alors qu'ailleurs, les acteurs politiques régionaux l'auraient fait porter sur la liste indicative du patrimoine mondial : valeur universelle exceptionnelle, authenticité, intégrité, tous les critères sont réunis pour qu'un discours de mise en patrimoine efficace soit construit autour d'un bien mixte... mais ce projet n'est pas d'actualité. Dans le parc du Mercantour, la vallée des Merveilles présenterait également tous les atouts d'une candidature au patrimoine mondial, si les Italiens ne l'avaient devancée avec l'inscription du Val Camonica. Les espaces protégés ne font donc pas feu de tout bois pour obtenir tous les labels possibles et imaginables. Les parcs nationaux alpins et certains PNR semblent avoir d'autres priorités comme l'ancrage dans le territoire local et l'adhésion des populations.

La mobilisation de moyens importants pour l'obtention d'un label international (montage du dossier, accueil des délégations d'experts, travail de lobbying et portage politique actif) constitue à cet égard un choix que tous les espaces protégés ne font pas. L'attitude des espaces protégés vis-à-vis des labels n'est donc pas uniforme.

Conclusion

La création d'un espace protégé est un moment fondateur à partir duquel changent le statut et les règles d'usage de cet espace. Au contraire, la labellisation vient couronner un travail de valorisation, en vérifiant l'adéquation d'un site à des critères requis. Or cette adéquation est souvent le résultat du travail réalisé au sein de l'espace protégé géré, d'où la séquence observée à maintes reprises.

Jusqu'où un espace protégé peut-il aller dans l'accumulation de tels labels ? Hors de notre zone d'études, le PNR des Volcans d'Auvergne arbore aujourd'hui le poitrail le plus surchargé de médailles : un bien du Patrimoine mondial (Chaîne des Puys-faïlle de Limagne), deux Grands sites de France (Puy de Dôme, Puy Mary-volcan du Cantal) et la plus vaste Réserve de biosphère de France couvrant le bassin de la Dordogne... Certes, l'accumulation peut être pourvoyeuse de prestige, mais aussi de confusion et de démotivation lorsqu'il faut, à intervalles de plus en plus rapprochés, retravailler les dossiers nécessaires à la reconduction des labels.

Au-delà de la confusion, des interactions négatives peuvent être observées. L'arrêté de protection des habitats naturels du Mont-Blanc porte "réglementation de la fréquentation du site et des pratiques" (1^{er} octobre 2020, art. 2) et vient compléter des mesures de restriction prises les années précédentes au nom de la sécurité et de la protection de l'environnement. Mais ces mesures ne vont-elles pas à l'encontre des principes qui, l'année précédente, avaient valu à l'alpinisme son inscription sur la liste du patrimoine culturel immatériel (Bazin, 2021) ?

Plus les labels s'accumuleront sur les mêmes espaces protégés, plus des situations d'incompatibilité ou de contradiction apparaîtront, et plus la superposition des distinctions risquera de se traduire par autant d'injonctions contradictoires.

Bibliographie

N. Baron et R. Lajarge, 2015, Les parcs naturels régionaux, des territoires en expériences, éd. Quæ, 247 p.

J. Bazin, 2021, Logiques interactives et conflictuelles entre valorisation et sauvegarde de la pratique de l'alpinisme et protection de la haute-montagne, Université Savoie, Master Géographie, 165 p.

B. Debarbieux, 2020, L'UNESCO au Mont-Blanc, éd. Guérin, 301 p.

M. Duval, A. Brancelj, C. Gauchon, C. Malgat et A. Potin-Finette, 2020, "Un label qui ne dit pas son nom, l'inscription au Patrimoine mondial", in P. Tanchoux et F. Priet (dir.) Les labels dans le domaine du patrimoine culturel et naturel, P.U.R., p. 45-70.

M. Duval, C. Gauchon et A. Brancelj, 2021, "Élasticité des normes et stratégies d'acteurs : analyse critique de l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO", Géoconfluences, juin, 15 p.

C. Gauchon, 2020, "Espaces protégés et territoires labellisés : jusqu'où étendre les périmètres classés ?", in P. Tanchoux et F. Priet (dir.) Les labels dans le domaine du patrimoine culturel et naturel, P.U.R., p. 369-380.

L. Laslaz, A. Cadoret & J. Milian, 2020, Atlas des espaces protégés en France. Des territoires en partage ?, MNHN, Paris, 120 p.



Sur la route de Saint-Jean d'Arvey, double panneau illustrant le cumul espace protégé/label Unesco. Cliché septembre 2021

2.6 - La labellisation Flocon Vert, un levier pour la transition des stations de montagne ? / L'attribuzione del marchio Flocon Vert, una leva per la transizione delle stazioni di montagna ?

Anouk Bonnemains, maître-assistante suppléante, UNIL

Christophe Clivaz, politologue, professeur associé, UNIL

Camille Rey-Gorrez, directrice de l'Association Mountain Riders initiatrice du label Flocon Vert

Synthèse - Sintesi - Synthesis



La labellisation Flocon Vert, un levier pour la transition des stations de montagne ?

Mots clés : processus de labellisation, transition, stations de montagne, indicateurs

Les territoires de montagne sont aujourd'hui confrontés à des crises multiples climatiques, sociétales, économiques et sanitaires. Dans le domaine du tourisme, les stations de montagne se retrouvent à l'avant-poste de ces pressions. Il en résulte une injonction, une nécessité pour les acteurs de ces stations à penser la transition de leur modèle socio-économique. En quoi et comment les labels territoriaux sont-ils des dispositifs pertinents pour penser la transition des stations de montagne ?

Depuis 2012, les personnes engagées dans l'association Mountain Riders ont initié le label "Flocon Vert" dans le but de promouvoir les bonnes pratiques liées au développement durable dans les stations de montagne. À travers un double regard, celui des initiateur.ice.s du label et de chercheur.euse.s, notre contribution interroge le rôle et la place du processus de labellisation dans la transition des stations de montagne. Afin de répondre à cette problématique, nous avons analysé le label Flocon Vert sous trois axes :

- 1 - le cahier des charges du label Flocon Vert en effectuant une analyse des indicateurs vis-à-vis de la durabilité et de la transition ;
- 2 - à travers les résultats du diagnostic de durabilité effectué par Mountain Riders pour cinq destinations touristiques que nous avons comparées aux axes de travail privilégiés par les acteurs touristiques des stations concernées ;
- 3 - dans les représentations des acteurs touristiques à l'échelle d'une station de montagne en particulier qui a renouvelé sa labellisation : Châtel.



L'attribuzione del marchio Flocon Vert, una leva per la transizione delle stazioni di montagna?

Parole chiave: Processo di attribuzione del marchio, transizione, località montane, indicatori

Attualmente, le aree montane si trovano di fronte a molteplici emergenze: climatiche, sociali, economiche e sanitarie. Quando si tratta di raccogliere tali sfide nel settore del turismo, esse sono sempre in prima linea. Per i loro attori si rende quindi assolutamente necessario riflettere sulla transizione del modello socio-economico. In che cosa e in che modo i marchi territoriali sono rilevanti ai fini della transizione delle località montane?

Nel 2012, i soggetti impegnati nell'associazione Mountain Riders hanno dato vita al marchio «Flocon Vert», con l'obiettivo di promuovere buone pratiche legate allo sviluppo sostenibile delle località montane. Attraverso una duplice prospettiva, quella dei promotori del marchio e quella dei ricercatori, il nostro contributo si interroga sul ruolo svolto dal marchio nel processo di transizione delle località montane. Per rispondere a questa domanda, abbiamo analizzato il marchio "Flocon Vert" da tre punti di vista:

- 1- del disciplinare del marchio stesso e dell'analisi degli indicatori di sostenibilità e transizione;
- 2- dei risultati della diagnosi di sostenibilità che Mountain Riders ha effettuato per cinque destinazioni turistiche, confrontata poi con le priorità di lavoro degli operatori del turismo delle località interessate;
- 3- delle rappresentazioni degli attori del turismo in una località montana in particolare, che ha rinnovato il suo marchio: Châtel.



The "Flocon Vert" label, a lever for the transition of mountain resorts?

Keywords: Labelling process; transition; mountain resorts; indicators

Mountain areas are now facing multiple climatic, societal, economic and health crises. In the field of tourism, mountain resorts find themselves at the forefront of these pressures. The result is an imperative – a necessity for the actors of these resorts to think about the transition of their socio-economic model. In what way and how are territorial labels relevant devices for preparing the transition of mountain resorts?

In 2012, some members of the Mountain Riders association launched the «Flocon Vert» (Green Flake) label with the aim of promoting good practices related to sustainable development in mountain resorts. Our contribution questions the role and place of the labelling process in the transition of mountain resorts through a double viewpoint: that of the initiators of the label and that of the researchers.

In order to respond to this problem, we analyzed the Flocon Vert label from three different perspectives:

- 1- its specifications and indications in terms of sustainability and transition;
- 2- through the results of the sustainability diagnosis carried out by Mountain Riders for five tourist destinations that we then compared to the actual lines of work favored by the tourist bodies of the resorts concerned;
- 3- in the representations of tourism bodies at a specific mountain resort after the renewal of its labelling: Châtel.

Introduction

Le développement durable, traduction française de sustainable development, est conceptualisé dans le rapport "Notre avenir à tous" médiatisé sous le nom de rapport Brundtland rédigé en 1987 par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU (Organisation Mondiale des Nations Unies). L'enjeu depuis cette époque est de trouver des modalités d'opérationnaliser ce concept, de rendre tangibles les problématiques environnementales, sociales et économiques des territoires¹. L'un des outils utilisés par les acteurs territoriaux pour concrétiser le développement durable est la labellisation. Nous proposons dans cet article de nous intéresser à l'une d'entre elles, Flocon Vert (FV), un label développé spécifiquement pour les stations de montagne et porté par l'association Mountain Riders. Cette association d'éducation à l'environnement, créée en 2001, lance officiellement le label FV en 2013. Ce sont aujourd'hui huit stations de montagne qui ont obtenu le label FV et dix-sept sont en cours de labellisation.

Les problématiques environnementales et climatiques que connaissent actuellement les territoires de montagne² associées aux enjeux sociétaux (changement dans la demande touristique et évolution des modes de vie) nécessitent de la part des acteurs du tourisme de penser la transition de leur modèle économique de développement³. L'enjeu est donc d'évaluer la capacité du modèle socio-économique des stations de montagne, tourné principalement vers une monoéconomie (le tourisme hivernal), basée sur l'exploitation d'une ressource naturelle de moins en moins fiable (la neige), vers un modèle économique plus résilient et diversifié.

Dans cet article, nous souhaitons étudier de quelle manière un label, en l'occurrence Flocon Vert, peut amener les acteurs d'une station de montagne à penser et à envisager la transition de leur modèle économique.

Au niveau méthodologique, nous avons utilisé des données secondaires : les indicateurs qui composent le cahier des charges du label, puis pour cinq destinations les notes attribuées lors de l'analyse de durabilité, ainsi que les comptes rendus d'ateliers ou figurent les stratégies choisies par les acteurs touristiques⁴. Nous avons également valorisé des données primaires récoltées lors d'enquête de terrain sur la station de Châtel. Une première table ronde a été organisée avec les principaux acteurs de la destination (élus, techniciens de la mairie et représentants de l'office du tourisme). S'en sont suivis des entretiens semi-directifs avec ces mêmes personnes ainsi qu'avec le directeur des remontées mécaniques (4 entretiens de 1h30 en moyenne).

Après avoir présenté brièvement une rapide revue de littérature sur la notion de transition (A), nous répondrons à notre question en procédant à une analyse du label FV (B) à trois niveaux portant sur :

- 1 - Les indicateurs issus du cahier des charges.
- 2 - Les notations et choix stratégiques de cinq destinations touristiques à l'issu du processus de labellisation.
- 3 - L'exemple d'une station de montagne spécifique : Châtel.

¹ Rajaonson J. Tanguay A. G., 2012, "Stratégie de sélection d'indicateurs de tourisme durable pour les régions de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine", in *Téoros*, n°31, p15

² Clivaz C et al, 2015, "Tourisme d'hiver, Le défis climatique", Presses Polytechniques et Universitaires Romandes (PPUR), le Savoir Suisse.

³ Langenbach C. et al., 2020, "Ré-invention des territoires touristiques : quelle transition pour les stations des Alpes ?", in *Via*.

⁴ Ces éléments ont été anonymisés pour l'analyse.

A - La transition des stations de montagne et ces différentes dimensions

La notion de transition peut être définie comme le passage d'un régime à un autre⁵. L'enjeu est ici d'interroger la capacité d'un label à accompagner un changement de régime : celui du passage du modèle économique des sports d'hiver à un modèle plus diversifié et plus résilient. Il nous faut pour cela définir le système des sports d'hiver et les principaux enjeux de la transition. Le choix a été ici fait de définir le modèle des sports d'hiver en termes d'impacts sur les territoires et d'identifier les possibles pistes de transition.

Du point de vue environnemental et climatique, les sports d'hiver ont des incidences multiples. Dans un contexte de changement climatique, le modèle touristique des sports d'hiver accentue la pression sur la ressource en eau (neige de culture et besoins en eau potable) et sur les milieux naturels (artificialisation des sols). Les différents bilans carbone opérés par les stations de montagne⁶ mettent en exergue l'importance du transport⁷ dans les émissions de gaz à effet de serre. Dans une optique de transition, une gestion plus sobre des ressources naturelles et énergétiques peut être interrogée en cinq grandes orientations :

- 1 - Une meilleure rationalisation de la gestion en eau.
- 2 - Un engagement dans des actions zéro.

- 3 - La mise en place de mesure en faveur de la biodiversité.
- 4 - La lutte contre l'artificialisation des sols.
- 5 - Et la prise en compte des risques naturels.

D'un point de vue économique, le tourisme hivernal a permis à de nombreux territoires de montagne de sortir de la pauvreté et aux populations locales de rester vivre dans les vallées de montagne⁸. Néanmoins, les sports d'hiver peuvent être considérés comme une industrie lourde nécessitant d'importants investissements et ce de manière régulière. Il en résulte une forte dépendance au sentier de ces destinations touristiques⁹ renforcée par une croyance en la technologie comme principale mesure d'adaptation au changement climatique¹⁰.

La diversification de l'économie des territoires est un point essentiel dans le processus de transition du modèle de développement des stations de montagne. Quatre pistes de réflexion peuvent être explorées :

- 1 - Une diversification de l'économie touristique¹¹.
- 2 - Un soutien aux activités traditionnelles : agriculture, sylviculture et artisanat.
- 3 - Le développement de l'économie sociale, solidaire et environnementale comme gisement d'emplois locaux et à l'année¹².
- 4 - L'économie résidentielle, notamment avec l'essor du télétravail et son potentiel de maintenir des commerces de proximités et des services publics¹³.

⁵ Pavlenko IG, et al., 2019, *Transition Model : to the Ecologically Balanced Development of the ecosysteme of wellness Resort Territories*, IOP Conf. Series : Earth and Environmental Science Vol 272

⁶ ex. : Saint Martin de Belleville, Pays Tarentaise-Vanoise

⁷ Bonnemains, A. "Entre résilience et vulnérabilité d'un modèle de développement touristique. L'exemple des stations de haute altitude de Tarentaise", in *Vulnérabilités et Territoires*, sous la direction M. Gaimard, Kairos édition , p87-104.

⁸ Delorme F., 2014, "Du village station à la station village. Un siècle d'urbanisme en montagne", in *Situ*, Vol 24

⁹ Bonnemains A., 2015, "Vulnérabilité et résilience d'un modèle de développement alpin. Trajectoire territoriale des stations d'altitude de Tarentaise", thèse de doctorat en géographie, Université Grenoble Alpes.

¹⁰ Bonnemains A., Clivaz C., 2019, "Adaptation aux changements climatiques des stations de sports d'hiver dans les Alpes françaises et suisses : quel rôle pour les pouvoirs publics ?" in *Tourisme(s) et adaptation(s)* sous la direction de F. Cholat et al, ELYA Edition, 2019, p227-235

¹¹ Viès V., 2011, "La diversification de l'économie "neige", créatrice de nouvelles solidarités territoriales en montagne ?" Université de Pau et des Pays de l'Adour, <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00694651>, p56

¹² Bianco E., Thouilleux C., 2020, "Économie sociale et solidaire : un soutien à l'emploi dans les territoires ruraux fragiles". Insee <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4810163>

¹³ Talandier M., 2012, *L'économie résidentielle à l'horizon 2040*. *Futuribles*, n° 388, pp.35-49

L'impact social de ce modèle économique est également à interroger dans le cadre de la transition des territoires de montagne. Les flux touristiques étant concentrés sur la période hivernale, la saisonnalité des emplois est au centre du modèle économique. La demande en main-d'œuvre nécessite un besoin important en hébergement, faisant de cette problématique "un des défis principaux" pour les stations de sports d'hiver¹⁴. La pression foncière exercée par la fuite en avant immobilière dans les stations de sports d'hiver¹⁵ génère des difficultés de logement pour les populations souhaitant s'établir à l'année.

La prise en compte du bien-être des populations (locales et saisonnières) et leur intégration dans un processus démocratique peut-être un troisième pilier à la transition.

Quatre points peuvent permettre d'identifier ce processus :

- 1 - La formation initiale et continue des populations comme enjeu fondamental pour la diversification de l'économie des territoires de montagne ;
- 2 - Une politique volontariste d'accès aux logements en faveur des populations locales (permanente et non permanente) ;
- 3 - Le maintien des services publics hors des périodes de forte affluence touristique (poste, médecin, garderie, etc.) ;
- 4 - La participation citoyenne dans la prise de décision des politiques locales (projets d'aménagement et grandes orientations du territoire).

L'enjeu pour les acteurs territoriaux est donc d'entamer une réflexion sur la place de l'économie des sports d'hiver et plus largement touristique au sein de leur territoire afin de planifier une transition de ce modèle vers une économie plus diversifiée et résiliente face aux différentes crises.

B - Le label Flocon Vert au service de la transition touristique ?

Les éléments de la littérature définis ci-dessus vont permettre de replacer le label FV dans le contexte plus global des enjeux de la transition des stations de montagne.

1 - Le cahier des charges du label FV : entre durabilité et transition.

L'analyse du cahier des charges du label FV montre que ce dernier souhaite intervenir comme une aide à décision, impliquant la recherche d'un consensus politique autour de la démarche de labellisation. Trois éléments nous amènent à ce constat :

- a - Le classement des indicateurs par pilier du développement durable ;
- b - La gouvernance considérée comme un levier du développement durable ;
- c - Les démarches participatives incluant la population locale.

L'association Mountain Riders souhaite faire du processus de labellisation une réelle démarche territoriale en renforçant la phase de diagnostic partagé ainsi qu'un dispositif d'amélioration continue et de transformation des comportements. L'approche se veut concertée, englobant un système de valeur accepté par tous avec la construction d'un tableau de bord permettant d'intégrer les spécificités de chaque territoire. Néanmoins, Les deux points fondamentaux qui permettent d'établir les stratégies futures des destinations de montagne que sont l'orientation des investissements et les aménagements structurants de la destination ne sont pas intégrés aux cahiers des charges.

¹⁴ Piquerey L., 2014, "Non-lieu" ou espace de l'entre-deux ? La place des saisonniers dans les stations de sports d'hiver haut de gamme des Alpes françaises du nord", *Carnets de géographes*, Vol 7

¹⁵ Fablet G., 2013, "La croissance immobilière des stations de sports d'hiver en Tarentaise", *Journal of Alpine Research*, 101-3 | 2013

Tableau n°1. Les indicateurs issus du cahier des charges du label FV. Source : Mountain Riders

	CRITÈRES	INDICATEURS
GOUVERNANCE	Destination durable	Stratégie Comité de suivi fonctionnel Amélioration continue Participation publique Exploitation des remontées mécaniques
	Diversification	Stratégie 4 saisons
	Dérèglement climatique	Adaptation climatique Réduction GES Manque de neige
	Aménagement	Politique d'aménagement Remise en tourisme de l'immobilier de loisir Réduction de l'impact paysager
	Promotion communication	Enquêtes et rapports publics ; Promotion
ÉCONOMIE DURABLE	Suivi économique	Rapport économique
	Conditions de travail équitables	Perspectives locales de carrière Saisonniers : accueil, logements et avantages saisonniers Salon de l'emploi Handicap
	Soutien aux initiatives durables	Association et population Entreprises locales Vacanciers
	Économie locale	Agriculture ; Sylviculture ; Artisanat local Commande publique responsable
SOCIAL ET CULTUREL	Patrimoine culturel et naturel	Protection des lieux d'intérêts Valorisation des espaces protégés
	Éducation interne	Education au DD dans les écoles Restauration collective Formations du personnel Ramassage
	Sensibilisation visiteur	Sensibilisation des visiteurs Évènements Éco Responsable
	Famille	Services familles et offres tarifaires
	Accessibilité-handicaps	Accès universel Tourisme et handicap Loisirs adaptés
ENVIRONNEMENT ET RESSOURCES NATURELLES	Risques pour l'environnement	Suivi et réduction des risques Biodiversité
	Énergie	Stratégie énergie - acteurs publics et privés Production d'énergies locales Éclairage public - Ciel étoilé
	Gestion de l'eau potable et neige de culture	Sécurité de l'approvisionnement en eau Réseau et éco-consommation Neige de culture
	Gestion des eaux usées	Assainissement collectif et individuel Caractéristiques et conformité de la station d'épuration Eaux pluviales Valorisation locale des boues d'assainissement
	Mobilités douces	Transport en commun - promotion grand public Covoiturage et autopartage Déplacements actifs Animations Déplacements professionnels - domicile travail
	Déchets	Gestion des ordures ménagères Points de collecte Sensibilisation auprès des différentes populations Tri interne et réduction à la source Déchèterie Compostage

Si l'on confronte maintenant les indicateurs issus du cahier des charges du label FV à la réflexion sur la transition des stations de montagne, on peut établir les constats suivants :

- a - Sur l'enjeu d'une gestion sobre des ressources naturelles, hormis l'artificialisation des sols, le cahier des charges du label FV couvre une bonne partie des éléments ;
- b - Sur la partie diversification de l'économie territoriale, le secteur touristique est interrogé à travers l'indicateur "stratégie 4 saisons" ainsi que les activités traditionnelles (critère : économie locale). L'économie sociale et solidaire est appréhendée via le critère "soutien aux initiatives durable" ;
- c - La dimension sociale est prise en compte à travers l'intégration des populations locales dans le processus de décisions et le critère "conditions de travail équitables".

La problématique foncière est d'une manière générale absente du cahier des charges. Or la fuite en avant immobilière est une réalité pour de très nombreuses destinations de montagne¹⁶ et cet enjeu reste fondamental pour penser la transition des destinations de montagne.

L'approche d'amélioration continue souhaitée par Mountain Riders dans le cadre du label FV fait que les indicateurs constituent une entrée intéressante pour que les acteurs interrogent la transition de leur station. Qu'en est-il dans la réalité ?

La section suivante apporte des éléments de réponse à cette question en étudiant les résultats de cinq stations labellisées.

2 - La labellisation FV : l'homogénéité des destinations touristique.

Nous avons obtenu pour cinq destinations les notations des vingt critères du cahier des charges. La comparaison entre les stations

sur la base des cinq critères les mieux notés fait ressortir une forte homogénéité entre les stations de montagne. Le critère "les déchets" (4 destinations sur 5) semble bien maîtrisé, viennent ensuite "famille" et "risque pour l'environnement" (3 destinations sur 5). Pour ces trois critères, deux d'entre eux sont liés à des politiques réglementaires (déchets et certains indicateurs du critère "risques pour l'environnement"). Pour les cinq critères les moins bien notés, le constat d'homogénéité est similaire. Pour 4 destinations sur 5, les critères "promotion-communication" et "destination durable" sont les moins bien évalués suivie du "soutien aux initiatives locales". Ces critères sont volontaires, ne dépendant pas d'une obligation légale. Concernant le critère "destination durable", l'enjeu est celui de la mise en place d'une stratégie de développement durable et de sa gouvernance. La faiblesse des notes pour ce dernier critère met en exergue le peu d'implication des acteurs locaux dans une stratégie structurée de développement durable. Le soutien aux initiatives locales, qui semble fondamental dans un processus de transition autant du point de vue de la diversification économique que dans la prise en compte des besoins des populations locales, n'est que très peu investi.

Il est à noter également que la prise en compte du dérèglement climatique est un aspect très faiblement noté alors que c'est l'un des facteurs exogènes les plus influents sur une nécessaire transition des stations de montagne.

À la suite de l'analyse de durabilité effectuée par Mountain Riders, les acteurs des stations de montagne doivent se positionner sur les grandes orientations à donner pour les cinq prochaines années. C'est à ce moment-là du processus de labellisation que les acteurs vont hiérarchiser les enjeux et faire des choix

¹⁶ Fablet G., 2013, "La croissance immobilière des stations de sports d'hiver en Tarentaise", *Journal of Alpine Research*, 101-3 | 2013

stratégiques. Il y a une forme d'adaptation des critères et indicateurs aux enjeux du territoire. Cependant, les problématiques identifiées par les acteurs des différentes stations sont homogènes autour de la mobilité et de la sensibilisation. Ces thématiques permettent un consensus entre les différentes parties prenantes. Vis-à-vis des éléments de transition, les principaux points investis par les acteurs sont : la gestion sobre des ressources naturelles et les réflexions autour de la construction d'une stratégie¹⁷ de destination.

Nous allons maintenant voir sur un territoire précis quels sont les facteurs qui ont poussé les acteurs locaux à s'engager dans le processus de labellisation, quelle est la gouvernance du label et comment le label est vécu par les différentes parties prenantes.

3 - La label Flocon Vert à Châtel : entre cohérence interne et visibilité extérieure.

Châtel est une commune de Haute-Savoie frontalière avec la Suisse, située dans le haut Chablais. La commune a été lauréate du label FV en 2015 et a renouvelé sa labellisation en 2020. L'économie des sports d'hiver est particulièrement prégnante pour cette commune. Les remontées mécaniques de la station sont intégrées au domaine skiable franco-suisse des Portes du Soleil reconnu internationalement. Selon le directeur des remontées mécaniques de Châtel, la saison hivernale représente 95 % du chiffre d'affaire de l'entreprise.

En parallèle, le pastoralisme, soutenu et encouragé par la mairie via des conventions, demeure un secteur important d'un point de vue culturel, social et symbolique. La position frontalière de Châtel avec la Suisse engendre

également une économie résidentielle¹⁸.

L'engagement dans le processus de labellisation a été souhaité par M. le maire et confié à une de ces adjointes en 2014. Il semble que dès le départ, la participation et l'engagement d'acteurs hors du cadre institutionnel et des remontées mécaniques aient été difficiles *"pas toujours facile au début parce que beaucoup de personnes voulaient s'impliquer, mais ne venaient pas"*¹⁹. La gouvernance du label fait partie d'un des critères du cahier des charges à travers la création d'un comité de suivi. Sur la station de Châtel, celui-ci est constitué autour de la commune (le maire, l'adjointe référente et le technicien environnement) de l'office du tourisme (le président et la chargée de mission) et des remontées mécaniques (le directeur de la SEM). L'animation de ce comité repose principalement sur l'engagement de quelques personnes très volontaires. *"Le suivi c'est quasiment ce qui est le plus dur une fois qu'on est labellisé, c'est de continuer à faire tourner la machine et là on se rend compte qu'au niveau interne ou sociopro, il y a toujours le manque de temps"*²⁰. La difficulté principale vient de la différence de temporalité entre les acteurs publics et les acteurs privés. *"Ils veulent aller trop loin et trop vite (les acteurs privés), mais quand tu as une communauté de commune c'est dur de faire avancer les choses. On ne peut pas faire les choses en claquant des doigts comme un privé"*. À cela vient s'ajouter la difficile mise en place d'une stratégie collective de développement durable et la construction d'un projet commun. Pour certains acteurs, l'inexistence de budgets spécifiques en faveur du développement durable serait également un frein à la construction d'une gouvernance autour du projet de labellisation. Le label est avant tout perçu dans sa dimension environnementale et vient reconnaître un engagement en faveur de l'environnement et permet une visibilité envers les acteurs

¹⁷ Indicateur : Stratégie : "la destination a formulé, et met une œuvre, une stratégie pluriannuelle (...) qui a été élaborée en mettant la population à contribution"

¹⁸ La part des personnes travaillant dans une autre commune augmente d'année en année passant de 15,3 % en 2008 à 23,4 % en 2018. Données INSEE <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-74063>

^{19, 20} Entretien avec un acteur de Châtel.

extérieurs. *"Flocon Vert c'était aussi pour qu'on ait une marque aussi. Pour faire voir que l'on se battait là-dessus (l'environnement) qu'on faisait quelque chose, mais il y avait longtemps que l'on faisait et on va continuer²¹".* Néanmoins, ni le processus de labellisation ni le suivi de la labellisation ne vont infléchir le modèle de développement principal. *"Si on n'a pas ça (les canons à neige), on n'a plus d'économie et si on n'a plus d'économie on va faire quoi. On va tous se taper et se tuer pour acheter quatre vaches et avoir quelque chose à manger. C'est notre économie²²".* A contrario, certains évènements peuvent être arrêtés, car jugés comme contradictoires avec la labellisation FV. *"On avait un trial 4X4, (...) je me suis bagarrée, mais on y est arrivé. J'ai vu un jour que le maire avait signé (l'arrêt de l'évènement). On a gagné. Et puis à force que ça mouline un peu dans la tête, on ne peut pas dire "on va dans cette direction d'environnement" et puis faire des trucs comme ça²³".*

Les démarches de développement durable engagées par les acteurs touristiques deviendront un facteur de plus en plus important pour la clientèle dans leur choix de destination selon les personnes rencontrées. La labellisation FV deviendrait un élément de promotion à ne pas négliger. Sur la station de Châtel, le label est utilisé principalement pour valoriser l'existence d'activités outdoor et pouvant être qualifiées de tourisme lent. *"Surtout l'été tout ce qui est sortie nature et sortie à la ferme. On essaye d'associer le label à ces activités pour le faire un peu connaître et le fait que l'on soit vraiment tourné vers du tourisme local, durable et qu'on fait travailler les gens du coin. (...) L'hiver dernier on l'avait mis aussi (le label) pour tout ce qui était raquettes... Comme on n'a pas eu de ski alpin finalement c'était presque l'occasion de montrer tout le panel qu'on avait²⁴".* Le label FV serait donc un soutien à la diversification du modèle des

sports d'hiver notamment dans la promotion de certaines activités. Mais l'échelle spatiale de la station ne serait pas la plus pertinente pour concrétiser la diversification des activités touristiques. La Communauté de communes Pays d'Évian, Vallée d'Abondance porte ainsi un projet d'espace valléen autour de l'idée du tourisme lent.



^{21, 22, 23, 24} Entretien avec un acteur de Châtel.

Conclusion

L'association Mountain Riders a souhaité construire un outil d'aide à la décision en faveur du développement durable. En plus de cette finalité, l'intérêt du label FV est sa capacité à faire réfléchir et discuter les différentes parties prenantes d'une station de montagne autour du développement durable. Les critères et indicateurs du label deviennent ainsi un "prétexte" pour engager la discussion autour de la concrétisation du principe de durabilité au niveau local²⁵. Néanmoins, les principaux enjeux comme les investissements à long terme ou les aménagements structurants des destinations ne sont pas abordés dans le cahier des charges du label.

L'analyse des choix touristiques opérés par les acteurs des destinations à la suite de l'analyse de durabilité met en exergue une certaine homogénéité entre les cinq destinations interrogées. Les stratégies identifiées restent orientées vers des enjeux spécifiques la mobilité et la sensibilisation à l'environnement. Le processus de labellisation ne permet pas une remise en question du modèle de développement, mais pousse une majorité d'acteurs à s'entendre pour définir une stratégie de durabilité pour leur station.

Dans le cas de Châtel, le label FV a été une reconnaissance des actions faites en faveur de l'environnement. Dans une logique de cohérence, un événement de sport automobile a été stoppé. Néanmoins, il n'y a pas de remise en question du modèle des sports d'hiver et la transition semble se construire à une échelle territoriale plus large, celle de la Communauté de communes Pays d'Evian Vallée d'Abondance.

²⁵ Clivaz C., Babey N., 2003, "Les indicateurs de développement durable comme instrument de pilotage des communes suisses" in *Revue économique et sociale* 4/2003, pp195-202

2.7 - Les ciels (et ce qu'il y a dessous) : la candidature au Patrimoine mondial de l'Astronomie UNESCO comme proposition de développement territorial pour la vallée Grana / I cieli (e quello che c'è sotto): la candidatura Heritage of Astronomy UNESCO come proposta di sviluppo territoriale per la valle Grana

Claudio Luciano, presidente d'associazione culturale La Cevitou,
Gabriele Orlandi, dottorando in antropologia, Aix-Marseille Université,
Federico Pellegrino, responsabile progetto Heritage, Écomusée Terra del Castelmagno

Synthèse - Sintesi - Synthesis



Les ciels (et ce qu'il y a dessous) : la candidature au Patrimoine mondial de l'Astronomie UNESCO comme proposition de développement territorial pour la vallée Grana (Italie)



Située sur le versant italien des Alpes occidentales, la haute vallée du Grana est historiquement le lieu de production du "Castelmagno", fromage bien commercialisé au XIX^e siècle mais qui semblait être voué à la disparition en raison des processus de déclin démographique qui, à l'instar d'autres territoires alpins voisins, ont touché cette zone au XX^e siècle. Toutefois, grâce à l'initiative de quelques acteurs locaux, ce fromage obtint l'Appellation d'origine contrôlée en 1983.

Dans la même vallée, l'association culturelle *La Cevitou* a créé en 2007 l'écomusée *Terra del Castelmagno* qui, dès son nom, affirme la nécessité d'envisager le développement de la vallée dans sa globalité, en impliquant également des personnes et des acteurs qui ne font pas partie de la filière de ce produit d'origine.

L'écomusée a récemment choisi de promouvoir la candidature de la haute vallée au titre de *Heritage of Astronomy UNESCO*, afin de protéger l'un des derniers bastions de ciel noir des Alpes occidentales face à la pollution lumineuse. Cette communication a donc présenté le travail de candidature du *Western Alpine and Grana Valley Sky Sanctuary*. En particulier, elle a souligné comment ce label UNESCO permettra à la vallée Grana de devenir un pôle astro-touristique pour les Alpes occidentales, ce qui lui conférera une nouvelle attractivité, tout en offrant d'autres perspectives de développement local, à commencer par la diffusion scientifique et l'éducation environnementale.



I cieli (e quello che c'è sotto): la candidatura *Heritage of Astronomy UNESCO* come proposta di sviluppo territoriale per la valle Grana (Italia)

Situata sul versante italiano delle Alpi occidentali, l'alta valle Grana è storicamente il luogo di produzione del "Castelmagno", un formaggio che, già molto conosciuto nell'Ottocento, rischiava di scomparire a causa dei notevoli processi di declino demografico che, in modo non dissimile da altri territori alpini vicini, interessarono questo territorio nel 20esimo secolo. L'iniziativa di alcuni attori locali permise tuttavia di ottenere nel 1983 il riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata per questo formaggio.

Operante nella stessa valle, l'associazione culturale *La Cevitou*, ha dato vita nel 2007 all'Ecomuseo *Terra del Castelmagno* che, fin dal nome afferma la necessità di guardare in modo olistico allo sviluppo della valle, coinvolgendo anche persone e attori che non sono parte della filiera di questo prodotto d'origine. Recentemente l'Ecomuseo ha scelto di promuovere la candidatura *Heritage of Astronomy UNESCO* per l'alta valle, al fine di proteggere dall'inquinamento luminoso uno degli ultimi baluardi di cielo buio delle Alpi occidentali. L'intervento ha quindi trattato del percorso di candidatura del *Western Alpine and Grana Valley Sky Sanctuary*. Se avrà esito positivo, il processo di riconoscimento UNESCO permetterà di fare della valle Grana un polo astro-turistico nelle Alpi occidentali, conferendo nuova attrattività al territorio e offrendo prospettive di sviluppo locale a partire dalla divulgazione scientifica e dall'educazione ambientale.



The skies (and what lies below): the UNESCO *Heritage of Astronomy* application as a territorial development proposal for the Grana Valley (Italy)

Located on the Italian side of the Western Alps, the Upper Grana valley is the historic place of production of «Castelmagno», a cheese that was commercially successful in the 19th century but seemed doomed to disappear due to the demographic decline affecting this area (as well as other neighboring Alpine territories) in the following century. However, thanks to a local initiative, this cheese was awarded the "designation of origin" in 1983.

In the same valley, the "*La Cevitou*" cultural association opened the "*Terra del Castelmagno Ecomuseum*" in 2007 which, from its very name on, stresses the need to consider the development of the valley as a whole while involving local people and local institutions beyond the original product itself.

The Ecomuseum has recently decided to support the application of the upper valley for *Heritage of Astronomy UNESCO* status, in order to protect one of the last "dark sky" strongholds against light pollution in the Western Alps. The communication therefore outlined the application elements of the *Western Alpine and Grana Valley Sky Sanctuary*. In particular, it has showed how this UNESCO label will allow the Grana valley to become an astro-tourism hub for the Western Alps, giving it a new attractiveness while offering other perspectives for local development (starting with scientific dissemination and environmental education).

Situata nelle Alpi piemontesi meridionali, a circa 20 km da Cuneo, la valle Grana si estende su 24.000 ha, a un'altezza compresa tra i 500 e di 2.647 metri sul livello del mare. Rispetto alle valli adiacenti, questo territorio presenta quindi dimensioni molto più ridotte. Dal punto di vista amministrativo, la valle si compone degli 8 comuni di Bernezzo, Caraglio, Castelmagno, Cervasca, Montemale di Cuneo, Monterosso Grana, Pradleves, Valgrana. Per la sua collocazione essa è quindi situata all'interno del territorio del Piano Territoriale Integrato Terres Monviso. La valle Grana inoltre è l'unica valle delle Alpi Cozie a non confinare direttamente con lo stato francese. Il corso d'acqua principale che la attraversa ha anche lui il nome di Grana. Si tratta di un torrente che si forma alla confluenza dei torrenti dei valloni laterali di Fauniera e Sibonet. L'alta valle copre il 48 % della superficie totale del territorio, la bassa valle il 37 %, la media valle appena il 15 %.

La popolazione della valle Grana ha conosciuto importanti cambiamenti demografici nel corso del XX secolo. Nella prima metà di questo secolo gli abitanti della valle Grana praticavano delle importanti emigrazioni stagionali, in particolare durante l'inverno, per lavorare nella vicina pianura cuneese, nelle Langhe, a Torino o in Francia. Si tornava poi in valle Grana durante il periodo estivo, dove più era necessaria il lavoro umano per l'agricoltura. Queste migrazioni cicliche divennero via via più permanenti, a partire dal periodo tra le due Guerre. Nel secondo Dopoguerra si assiste a un importante declino demografico, che non si è arrestato nei decenni seguenti. Ai giorni nostri le alte e medie valli hanno quindi perso il 61 % della loro popolazione. Questo ha degli effetti importanti sulla qualità di vita di chi resta, perché a causa dello spopolamento i comuni della valle Grana sono costretti a chiudere scuole, uffici e servizi. Anche i principali luoghi di aggregazione sociale e i servizi cadono in disuso.

I tre comuni di Castelmagno, Pradleves e

Monterosso costituiscono la zona di produzione del Castelmagno, un formaggio a latte crudo con un alto tenore di grassi, dovuto alla particolare flora di quest'area dal clima suboceanico. Il latte prodotto negli alpeggi era quindi trasformato in formaggio tramite un procedimento che può essere fatto risalire alla necessità di conservare per più giorni piccoli volumi di latte. Le particolari proprietà organolettiche, risultato delle peculiari qualità del latte utilizzato, nonché delle specifiche tecniche di produzione e stagionatura diedero a questo formaggio una notevole fama già nell'Ottocento. Negli anni Trenta la produzione cominciò a contrarsi fortemente e questo prodotto sembrava destinato a sparire. Tuttavia, a partire dalla fine degli anni Sessanta, alcuni attori locali, con il supporto di enti pubblici provinciali e nazionali, diedero vita ad iniziative di promozione, tutela e valorizzazione di questa produzione casearia, nella prospettiva di creare opportunità di lavoro in questo territorio e così arginare lo spopolamento. Nel 1983 il "Castelmagno" ottenne il riconoscimento della DOC (Denominazione di Origine Controllata), divenuta poi DOP, (Denominazione di Origine Protetta) nel 1996. Nel 2008 il Castelmagno DOP diventa presidio Slow Food. Il riconoscimento del valore di questa produzione casearia ha rappresentato per il territorio l'apertura di nuove prospettive ed opportunità, capaci di generare una visione positiva per il futuro.

Dagli anni Novanta opera, inoltre, in valle Grana *La Cevitou* ("la civetta"), un'associazione culturale senza scopo di lucro nata dall'idea di una ex-insegnante, che, ottantaduenne ma sempre operosa, si confrontava con le persone del posto per portare una ventata di novità e di movimento in Valle Grana. Il nome in lingua occitana dell'associazione rinvia alla collocazione geografica di questo territorio, mentre la scelta di questo animale, simbolo della cultura nell'Antichità, sta anche a sottolineare l'operosità notturna. Si vuole quindi non lavorare

esclusivamente a grandi eventi, ma soprattutto produrre un processo culturale attraverso un cambio di mentalità che necessita di tempo e costanza. Nel 2007 l'associazione culturale viene riconosciuta come proposta ecomuseale da parte della Regione Piemonte. Nasce così l'*Ecomuseo Terra del Castelmagno* che, partendo dalla consapevolezza delle specificità storiche e culturali del territorio, opera per creare legame tra i suoi abitanti. In questo senso il rimando al formaggio protagonista dell'economia agricola rientra in una visione olistica di tutta la valle Grana e del suo sviluppo futuro, capace di coinvolgere anche persone e attori che non sono materialmente parte della filiera di questo prodotto DOP.

La valle Grana appare attualmente in un periodo di transizione. Sebbene a ritmi più ridotti, il declino del numero di residenti prosegue. Vi sono tuttavia molti segni di rinnovamento, da un lato nelle attitudini e negli interessi delle generazioni più giovani, dall'altro grazie anche a quei nuovi abitanti che si inseriscono nel tessuto sociale portando esperienze, energie e conoscenze nuove. Gradualmente borgate abbandonate vengono ristrutturate e abitate in progetti socio-imprenditoriali che uniscono alla promozione di un prodotto tipico lo sviluppo di un turismo ambientale ed enogastronomico. Gli investimenti economici provenienti da altri territori evidenziano non solo le potenzialità di paesaggi e patrimoni invidiabili, ma sono il sintomo di una vitalità e di un'effervescenza che sempre più contraddistinguono il territorio della valle Grana e ne sono tra gli elementi di attrattività. Per il territorio tutto ciò significa un importante giovamento, in termini di una nuova cura e manutenzione del paesaggio, ma anche di nuove prospettive economiche e di opportunità e risorse che generano una visione positiva per il futuro.

È quindi all'incrocio di questi diversi processi che

bisogna situare il recente percorso che potrebbe portare i cieli della valle Grana a ricevere la certificazione *Heritage of Astronomy UNESCO* nella categoria *dark skies* (it. "cieli scuri"). Pochi sanno infatti che questo territorio rappresenta uno degli ultimi luoghi di cielo oscuro e incontaminato delle Alpi Occidentali, in parte grazie alla particolare conformazione geomorfologica. Le creste, valli e dorsali di questo settore, infatti, possono essere considerate come altrettante barriere che schermano non solo la luce proveniente dalle zone limitrofe, ma anche quella che si irradia dalle fonti di luce ad altezza suolo nei paesi della zona. Bisogna inoltre riconoscere che in parte è anche merito del basso grado di antropizzazione dell'alta valle se il buio dei cieli della valle Grana si è conservato fino a oggi nella sua integrità. Per questo motivo sono sempre più numerosi gli astrofili e gli astro-fotografi che, da qualche anno ormai, percorrono silenziosamente i sentieri, le strade e le mulattiere della valle alla ricerca dei punti ottimali per effettuare le loro osservazioni o prendere scatti unici del cielo scuro, incorniciato dalle cime innevate e i panorami mozzafiato delle Alpi. In più, i siti per l'osservazione sono molti e distribuiti in tutta la lunghezza della valle, così che in tutte le stagioni ve ne siano almeno sempre alcuni accessibili. In estate le migliori osservazioni possono essere fatte al colle Fauniera o all'altopiano della Gardetta, che con i loro 2400 metri s.l.m. sono quasi sempre liberi da nuvole o polveri atmosferiche. D'inverno invece è comunque sufficiente fermarsi nell'area del santuario di San Magno che, con i suoi 1700 metri, appare limpida e priva di inquinamento luminoso. Le stesse misurazioni scientifiche, effettuate a intervalli regolari lungo tutta la durata dell'anno solare, parlano chiaro: il *SQM (Sky Quality Meter)* medio della zona del Colle Fauniera corrisponde in effetti a $21,77 \text{ mag/arcsec}^2$ (unità di misura della visibilità degli oggetti astronomici), con punte di $21,90 \text{ mag/arcsec}^2$. In termini di paragone, questo significa che il cielo della valle Grana è buio quanto quello di siti desertici

come il Namib africano o l'Atacama del Sud America. Nel Vecchio continente valori di questo tipo sono sorprendenti e si ritrovano soltanto nella riserva internazionale del cielo scuro del parco francese *Alpes Azur Mercantour* (certificata dall'IDA, *International Dark-Sky Association*), e superano addirittura quelli dello *Starlight Stellar Park* dell'Osservatorio di Saint Barthélemy, in Valle d'Aosta.

Nell'inverno del 2020, mentre buona parte dell'Europa sperimentava la durezza delle restrizioni anti-Covid, un gruppo di appassionati e volontari, incoraggiati dall'Ecomuseo *Terra del Castelmagno*, ha intrapreso un lavoro multidisciplinare sul patrimonio materiale e immateriale già presente in questa valle. Sebbene siano cambiati i tempi e diversi gli attori coinvolti, questa recente iniziativa si pone, in qualche modo, in continuità con quanto fatto qualche decennio prima con il Castelmagno DOP. A partire da una ricca letteratura già esistente esperti in geologia, storia, botanica, biologia, antropologia, storia hanno cercato di documentare il valore di questo territorio non solo dal punto di vista astronomico, ma anche culturale, ambientale, storico, faunistico, geologico. Il caso studio è stato poi tradotto in inglese e presentato all'*International Astronomical Union* (IAU), organizzazione che si occupa della promozione della scienza astronomica dal punto di vista della ricerca, della comunicazione, dell'educazione e della cooperazione internazionale. Una prima convalida da parte dell'IAU ha portato alla pubblicazione del caso. Così dal 28 giugno 2021 il *Western Alpine and Grana Valley Sky Sanctuary* fa bella mostra di sé sul portale dell'iniziativa UNESCO per l'astronomia e il patrimonio¹, in attesa che possa essere riconosciuto come sito di eccezionale interesse per la combinazione di storia, cultura, flora e

fauna con la bellezza di un cielo notturno quasi incontaminato.

Nell'attesa della valutazione da parte del comitato UNESCO l'attività dell'Ecomuseo e di alcuni collaboratori si sta concentrando sulla sensibilizzazione alle tematiche del patrimonio astronomico, tramite l'organizzazione di eventi tematici, la didattica outdoor rivolta a bambini/e e ragazzi/e, nonché la comunicazione sui social media attraverso la creazione di un gruppo pubblico su Facebook. Contemporaneamente si sta agendo perché vengano prese quelle misure necessarie a tutelare il patrimonio rappresentato da cieli bui. Questo non significa però privarsi della luce necessaria a svolgere in sicurezza le normali attività umane. Al contrario si tratta di impiegare correttamente la luce, perché si illumini non meno, ma meglio. Con luci opportunamente direzionate è infatti possibile continuare a spostarsi e stare all'aperto anche durante la notte senza per questo privarsi dell'opportunità di osservare il cielo stellato. Un'illuminazione focalizzata e attenta infatti ha delle ricadute positive, non solo per la flora e la fauna locale, che così ritrovano i loro ritmi fisiologici, ma anche per la nostra salute (in termini, ad esempio, di migliori cicli del sonno). Essa, inoltre, consistenti abbattimenti dei costi legati alla spesa per l'energia elettrica. A questo proposito il Piemonte può vantare una delle normative più lungimiranti a livello nazionale, come dimostra la legge 3/2018 (*Disposizioni per la prevenzione e lotta all'inquinamento luminoso e per il corretto impiego delle risorse energetiche*), varata pochi anni fa.

Ci vorranno forse alcuni anni, ma se il processo di candidatura UNESCO andrà a buon fine, nuove prospettive di sviluppo si apriranno per questa piccola valle delle Alpi occidentali italiane. Il riconoscimento di alto livello che il marchio UNESCO potrebbe portare è destinato a diventare un nuovo "fattore d'attrazione" per questo territorio. L'alta valle Grana diventerebbe

¹ <https://www3.astronomicalheritage.net/index.php/show-entity?identity=196&idsubentity=1>

in effetti il primo "santuario astronomico" in Italia. Possiamo pensare innanzitutto ai flussi che questa certificazione genererà nel momento in cui il territorio della valle Grana si vedesse riconosciuto come una meta di valore per l'astro-turismo, con ricadute positive per tutto il settore ricettivo e turistico locale che troverebbe quindi le valide ragioni per innovare la sua offerta, in una prospettiva di turismo "dolce" rispettoso delle peculiarità ambientali, ma anche dalla forte valenza didattica. Non vanno però neanche trascurate le ricadute che questo marchio potrebbe avere presso la popolazione locale, che, oltre a poter sviluppare una diversa percezione di sé, troverebbe quindi un riconoscimento esteriore del valore del territorio abitato, stimolando nuove forme di cura, impegno e attenzione. Puntare, ancora una volta, sulla valorizzazione di ciò che la storia ha lasciato a un territorio, ma disporre anche delle competenze e della creatività per saperlo reinterpretare alla luce di nuove esigenze e sensibilità appare quindi un buon volano per dare nuovo slancio allo sviluppo futuro di questo territorio alpino.



Bibliographie

AA.WV., 1991 – *Corine biotopes manual. Habitats of the European Community. Office for Official Publications of European Communities, Luxemburg-2: 300 pp.*

AA.WV., 1996 – *Interpretation manual of European Union Habitats. Europ. Comm. DG XI Environment, nuclear safety and civil protection: 145 pp.*

AA.WV., *Indagine storico-culturale sulla valle grana, Regione Piemonte, Cuneo, 1984.*

AA.WV., *Caraglio e l'arco alpino occidentale tra antichità e Medioevo, L'Arciere, Cuneo, 1989*

AA.WV., *Nascita del Setificio Moderno. Il Filatoio Galleani di Caraglio. Scritti in onore di Luigi Galleani d'Agliano.*

AESCHIMANN D., LAUBER K., MOSER D. M., THEURILLAT J. P., 2004 *Flora alpina. Zanichelli. Bologna*

ARNEODO D., AUDELLO B., DABBENE V., DADONE G., DEIDDA D., ROSSO A., *Santa Maria della Valle: 1000 anni di storia, in "Quaderni dei Laboratori di ricerca storica delle valli Grana e Stura", n° 5, 2020.*
BALDI R., *Antropomorfi schematici in Valle Grana – Schematic anthropomorphous Rock Art Western Alps – Italy, in "Bollettino del Centro Studi e Museo d'Arte Preistorica di Pinerolo, Anno V-VI", n° 7-8, 1992*

CAMERANO P., GOTTERO F., TERZUOLO P., VARESE P., 2004 – *Tipi forestali del Piemonte. Regione Piemonte. I.P.L.A. Blu edizioni . Torino. 204 pp.*

CAVALLERO A., ACETO P., GORLIER A., LOMBARDI G., LONATI M., MARTINASSO B., TAGLIATORI C., 2007. *I tipi pastorali delle Alpi piemontesi. Alberto Perdisa Editore, Bologna*

CESTOR É., *Regain de la création musicale en Oc au XXIème siècle, in "La pensée de midi", n° 31/2 2010, pp. 165-168*

CHIERICI P.(a cura di), *Fabbriche, opifici, testimonianze del lavoro: storia e fonti materiali per un censimento in provincia di Cuneo, Torino, 2004.*

CHIERICI P.(a cura di), *Un filo di seta. Le fabbriche magnifiche in provincia di Cuneo, Cuneo, Edizioni Nerosubianco, 2007.*

DEIDDA D., *Preminenza e crisi dell'attività di allevamento nelle Alpi sud-occidentali tra il XIII e il XVI secolo, in "Draios e Viol", 2 2009*

DESTRO A., *L'ultima generazione : confini materiali e simbolici di una comunità delle Alpi marittime, FrancoAngeli, Milano 1984*

DURANDIJ., *Il Piemonte cispadano antico, Stamperia Gianbattista Fontana, Torino, 1774*

FALCHI F., CINZANO P., DURISCOE D., KYBA C., CHISTOPHER C. M., ELYIDGE Christopher D., BAUGH K. B., PORTNOV BORIS A., RYBNIKOVA NATALIYA A. and FURGONI R. *The new world atlas of artificial night sky brightness. Science Advances vol 2 n. 6 - American Association for the Advancement of Science 2016*

FERRARI M., EANDI C., BERNARDI E., *Alla corte di re Castelmagno, Cuneo, Primalpe edizioni.*

FRASSON F., *Il guerriero ligure nei frammenti di Posidonio di Apamea, in "Ex fragmentis per fragmenta historiam tradere. Atti del Convegno, Genova, 8 ottobre 2009", pp. 149-150*

GALLINO B., PALLAVICINI G., 2000 – *La vegetazione delle Alpi Liguri e Marittime. Blu edizioni. Peveragno*
GIORCELLI BERSANI S., *L'impero in quota. I Romani e le Alpi, Einaudi, Torino, 2019*

MENNELLA G., *La Quadragesima Galliarum nelle Alpes Maritimae. In "Mélanges de l'Ecole française de Rome. Antiquité", n°1, 1992.*

MONDINO G.P., 1960 – *Su tre entità nuove per il Piemonte: Juniperus phoenicea L., Veronica jacquinii Baumg., Linum narbonense L. Nuovo Giorn. Bot. It., 67: 252-253.*

MONDINO G.P., 1989 – *I querceti a bosso delle Alpi Cozie meridionali (Valli Grana e Maira)*. Riv. Piem. St. Nat., 10: 69-92.

MONDINO G.P., 2003 – *L'evoluzione nell'ultimo quarantennio della vegetazione in Valle Grana (Alpi Cozie)*. Riv. Piem. St.Nat.24,2003: 67-203.

MONDINO G.P. et al. (IPLA), 2007 – *Flora e vegetazione del Piemonte*. Regione Piemonte

Gino Musso G., *Il Santuario di San Magno, Cuneo, Primalpe*, 2005, ISBN88-88681-42-6.

PEROTTI M., *Repertorio dei monumenti artistici della provincia di Cuneo*, 1986

PIGNATTI S., 1979 – *I piani di vegetazione in Italia*. Giorn. Bot. Ital., 113: 411-428.

REGIONE PIEMONTE, legge regionale 3/2018 "Modifiche alla legge regionale 31/2000 (Disposizioni per la prevenzione e lotta all'inquinamento luminoso e per il corretto impiego delle risorse energetiche)

RIBERI A. M., RAM. *Repertorio di antiche memorie*, Vol. 1-2-3-4, Primalpe, Cuneo, 2002

RISTORTO M., *Valle Grana nei secoli*, Ghibauda, Cuneo, 1977

RUGGLES C., *Heritage Sites of Astronomy and Archaeoastronomy in the context of the UNESCO World Heritage Convention* 2017

SUMIEN D., *Classificacion dei dialèctes occitans*, in "Revista D'Oc. Linguistica Occitana", 7 2009, pp. 1-55

SINDACO R., MONDINO G.P., SELVAGGI A., EBONE A., DELLA BEFFA G., 2003. *Guida al riconoscimento di ambienti e specie della direttiva Habitat in Piemonte*. Regione Piemonte. I.P.L.A.

SINDACO R., SELVAGGI A., SAVOLDELLI P. - REGIONE PIEMONTE, 2008 *La Rete Natura 2000 in Piemonte - I Siti di Interesse Comunitario - Integrazione on-line: Zone di Protezione Speciale per gli uccelli- Sindaco A., Savoldelli P. - Regione Piemonte - 2017*

VIAZZO P., *Upland communities: environment, population and social structure in the Alps since the sixteenth century*, Cambridge University Press, Cambridge 1989

VIOLA G., *Dai Beni Comuni ai Beni della Comunità. Declino e monetizzazione dei beni comuni nelle valli Grana e Stura di Demonte fra i secoli XVII e XIX*, in "Studi Piemontesi", n. 44, 1 2015, pp. 125-134

WICKHAM C., *Pastoralism and underdevelopment in the Early Middle Ages*, in "L'uomo di fronte al mondo animale nell'alto Medioevo", CISAM, Spoleto 1985, pp. 400-451

3 - Restitution des ateliers de travail

Restituzione dei workshop - Workshop summaries

Textes uniquement en version française / Testi solo in versione francese / Texts only in French version

Se questionner ensemble autour des labels / Interrogarsi insieme sui marchi

Lors du colloque du 17 septembre, l'après-midi a été consacré à des ateliers. Les participants se sont répartis en fonction des thèmes proposés, au total sept ateliers ont fait l'objet d'un compte-rendu effectué par des groupes étudiants du Master 2 Gestion durable des territoires de montagne (GDTM) du pôle universitaire de Gap, Université d'Aix-Marseille.



La superposition des labels : comment améliorer les synergies entre labels pour un même territoire ?

Auteurs : Lydia Chorliet, Hugo Barrau, Flavie Roquillet, Clément Chevalier

Animatrice de séance : Aude Tochon

En partant du constat largement établi qu'il y a superposition des labels, ce premier atelier s'est orienté vers une réflexion qui peut être qualifiée de "théorique", sur l'identification de freins au développement du territoire à cause de la superposition de labels. C'est l'absence de fils conducteurs entre les différents labels existant sur un territoire qui a été évoqué. Un

même territoire est bien souvent positionné sur plusieurs labels, certes différents, mais qui peuvent s'inscrire dans un projet global commun. Des outils pratiques, permettant d'améliorer des axes de développement commun, ont été exposés au cours de cet atelier par les participants :

- La carte de communauté, utilisée en Italie (Mappa di Comunità), qui peut s'apparenter à un plan d'interprétation. Elle peut être utilisée comme support d'une méthodologie d'enquête et d'une concertation avec les habitants.
- La chronologie, comme outil graphique, qui permet de confronter les différentes visions d'un territoire, le point de vue de chacun pour comprendre les positions des uns et des autres.
- La création d'un comité de pilotage afin d'acquiescer une culture commune.

Très souvent les activités de concertation sont considérées comme des activités d'animation populaire. Elles ont besoin de déboucher sur des applications concrètes et opérationnelles. Parmi les déficits évoqués, la culture, qui concerne pourtant de nombreux labels, n'est pas considérée comme une priorité et est considérée comme une charge coûteuse. Elle devrait être liée à l'éducation. L'atelier a évoqué l'intérêt de faire participer les habitants, faire ensemble et aller sur le terrain afin que les locaux comprennent les actions réalisées par les acteurs socio-professionnels. Certains labels sont figés contrairement au territoire qui évolue. Il y a sans doute nécessité d'adapter et de mettre à jour certaines structures de label.

Pour Mont-Dauphin, qui aura plusieurs labels dans les années à venir, la question est de savoir comment il sera possible de mettre en synergie ces différents labels. La ville est inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, ce qui lui permet d'avoir

une notoriété et contribue à son attractivité. Cela lui confère un rayonnement à l'échelle mondiale et lui donne accès à différents financements. En outre, la commune pourra être intégrée dans le périmètre du Parc naturel régional du Queyras lors de sa nouvelle charte (2025-2040). Ceci lui conférera des outils techniques avec une équipe possédant des savoirs dans l'animation territoriale. Enfin, elle sera également inscrite dans le réseau des *Villes et Pays d'art et d'histoire*. Cette labellisation joue un rôle dans le développement culturel et l'éducation. Ces différents labels sont complémentaires dans leurs champs d'actions (environnemental, patrimonial, économique et touristique). Il y a donc un grand potentiel mais la question est de savoir comment créer de la synergie.

Cette succession de labels, dont l'activité et la gestion sont chronophages, entraîne d'importants coûts financiers et humains. De plus, cela nécessite du temps pour que les habitants puissent se les approprier. L'autre difficulté est la multitude d'acteurs différents impliqués et la difficulté actuelle de travailler en commun de manière générale. L'un des participants a souligné l'intérêt de faire venir des personnes extérieures au territoire afin d'apporter un regard différent, de décroiser certaines visions et d'apporter des idées nouvelles. Le projet territorial semble s'imposer comme un levier. Il permet une cohérence, une meilleure lisibilité et une synergie entre les différents acteurs internes et externes au territoire. Des exemples de différents outils ont été cités afin de mettre en place ce projet territorial :

- À nouveau, l'idée de créer un comité de pilotage commun pour faire travailler les différents acteurs ensemble.
- La mise en place d'un schéma d'interprétation territorial à Ubaye et Serre-Ponçon. L'avantage

de ce dernier est qu'il s'adapte à toutes les échelles et permet de passer de la conception à l'opérationnel.



De fait, les labels font figure de leviers favorisant l'attachement au territoire par les habitants, en leur apportant une notoriété et une fierté de leur territoire. Le projet de territoire peut être un guide, le tronc de l'arbre sur lequel on s'accroche. Il permet à chacun de trouver sa place et d'éviter les conflits d'intérêt. Son avantage est d'être globalisant et d'offrir une communication et une promotion commune. De plus, il permet une synergie entre les acteurs externes et internes du territoire.

Quelles relations entre les acteurs locaux et les initiateurs ?

Auteurs : Emma Barraud, Lucile Cholat-Namy, Sirine Medioub, Adeline Potier

Animatrice de séance : Catherine Cibien

Pour s'adapter à la concurrence internationale, de nombreux territoires de montagne optent pour une stratégie de valorisation par la labellisation. La labellisation permet de créer une dynamique locale et historique entre les initiateurs de labels et les acteurs locaux. D'après la représentante de la Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes, la labellisation nécessite un décloisonnement des structures, de faire sauter les limites des structures administratives : *"On ne parle plus de Chambre d'agriculture, de Parcs, on parle vraiment de projet, de cette idée de reconnaissance. Il faut travailler en transversalité et en coordination avec les acteurs du territoire tous confondus"*. Par exemple, des professionnels ont porté le projet de label alimentaire sur le bleu du Queyras. C'était une initiative privée.



La Chambre d'agriculture apporte, en plus, son soutien administratif, son ingénierie afin de soutenir les professionnels. C'est une démarche d'une longue durée (10 ans) qui nécessite une expertise et des compétences : la Chambre

permet de les accompagner sur le projet et travaille aussi avec le Parc du Queyras et le Parc des Écrins. C'est aussi une façon de développer les relations intra et interterritoriales tout en cherchant les compétences nécessaires en fonction des besoins. C'est donc un projet fédérateur qui permet de tisser des liens internes et externes avec d'autres structures. Il s'agit donc, au final, d'un projet multi-acteurs. Financièrement, les élus les soutiennent notamment lors de la promotion et de la communication du produit. Transversalement, si une collectivité possède une compétence particulière, reconnue utile pour le projet fédérateur, elle se met au service du collectif. Comme le dit la représentante de la Chambre d'agriculture, *"Les trois premières années, seulement les professionnels du territoire étaient investis (les agriculteurs, les fromagers et peu d'élus locaux). Et, depuis cette année, il y a un réel engouement derrière cette démarche qui prend de l'ampleur qui devient assise sur le territoire. On sent que les collectivités sont aussi impliquées. Une telle démarche est vraiment fédératrice !"*.

En outre, la labellisation doit s'envisager en favorisant un dialogue transparent, sans non-dits, sans enjeux masqués. Cela nuit à l'efficacité du projet. Par exemple, les collectivités et les élus locaux, pour l'appellation du bleu du Queyras, doivent être informés de l'avancement de la démarche pour ne pas créer de tensions entre les acteurs. En revanche, l'inscription à l'UNESCO de Mont-Dauphin est un parfait exemple de source de tensions entre les locaux et la mise en place du label. À la base, c'est un projet qui a été porté par les communes. Il y avait une association pour recueillir l'adhésion de l'ensemble de la population. Mais, une fois le fort inscrit à l'UNESCO, la gestion et la conduite opérationnelle se heurte au fait que ce ne sont plus les mêmes personnes que celles qui étaient à l'origine du projet. Il y a, encore actuellement, un réel manque de communication, avec des initiatives contradictoires pour les enjeux du site.

Par exemple, il y a eu le développement d'une zone industrielle au pied de la paroi que domine la citadelle, sans prendre en considération l'importance du site. Celle-ci abrite des salariés qui comprennent mal l'opposition de l'UNESCO. Cela traduit un manque de communication entre les parties prenantes. Il semble que la population n'a pas compris que le fait d'inscrire le site à l'UNESCO n'apporte pas de solutions opérationnelles toutes faites : Il faut créer des projets, des activités : des expositions, des fêtes etc. Il faut donc prendre du temps pour que la population comprenne les enjeux.

La labellisation permet non pas seulement de promouvoir un produit mais permet aussi de promouvoir les bonnes pratiques des locaux. Cela impose de décloisonner les enjeux des collectifs, les mettre à plat, afin de bien définir le projet fédérateur qui s'inscrit dans la durée. Ces démarches prennent du temps, il faut sans arrêt remettre les acteurs autour de la table en les concertant et être en totale transparence. De ce fait, un label peut en appeler un autre dans une démarche globale de qualité.



Comment améliorer le schéma d'acteurs (élus, techniciens, gestionnaires, partenaires) ?

Auteurs : Lou Morel-Tourinaire, Simon Malbois, Quentin Bezian, Jean-Loup Prezelin

Animateur de séance : Justine Honoré

L'importance d'une feuille de route pour un label pérenne est l'idée forte apparue dès le début de cet atelier. Les participants s'aperçoivent "que les élus passent, les mandats passent, les techniciens restent et les projets sont souvent remis en cause". Les objectifs et les stratégies de projets changent alors trop souvent en même temps que les élus. De plus, chaque label possède un schéma d'acteurs complexe qui lui aussi évolue avec des échéances différentes de celui des élus locaux. La cohérence n'est donc plus forcément assurée au sein des labels. Ce constat s'accroît lorsqu'est abordée la question des labels transfrontaliers (ex : Mont Viso, Italie-France).



Les participants souhaitent donc de la continuité dans le temps et "au-delà des mandats" rappelle un participant. Un projet stable et durable qui traverse les différents virages politiques est primordial. Dans le but de construire un projet propice à cela, tous souhaitent élaborer les fondations du projet ensemble, c'est-à-dire une feuille de route précise qui fixe la stratégie du

label. C'est une étape décisive et nécessaire dans l'appropriation du label par les élus et par les autres acteurs du territoire (habitants, acteurs économiques et sociaux etc.). Afin, d'une part, que celui-ci soit porté par tous sur le long terme et d'autre part, qu'il soit en véritable adéquation avec le territoire sans quoi le projet ne pourra pas être pérenne. L'une des hypothèses est que les techniciens assurent cette pérennité. Une autre hypothèse consiste à impliquer d'avantage les citoyens. En effet, comme unanimement soulevé par les participants, les citoyens sont, ou en tout cas devraient être des acteurs à part entière au sein de la gouvernance des labels. En effet, si les élus et les techniciens sont ceux qui sont le plus souvent évoqués lorsqu'il s'agit de gouvernance des labels, "il peut en fait y avoir des schémas de gouvernance variables" comme relevé par l'un des participants, qui précise qu'aujourd'hui, le schéma élus-techniciens supporterait des variantes et que cela s'inscrirait dans la tendance suivant laquelle la société civile souhaite de plus en plus s'impliquer et être reconnue. Un autre participant avertit toutefois qu'il ne suffit pas d'ajouter à la liste des acteurs la société civile, mais qu'il faut surtout lui donner la possibilité d'être écoutée et entendue. Il explique ainsi qu'il arrive parfois que lorsque "les élus et techniciens prennent la parole, cela ne laisse pas forcément de place aux autres acteurs qui souhaiteraient s'exprimer". Suivant cette idée, il a été préconisé par les participants non seulement un portage et un partage de la gouvernance des labels avec les citoyens mais surtout mettant "tous les acteurs au même niveau" ; tant dans la décision, que dans l'animation ou encore l'adhésion. Valérie RIVAT, directrice du Parc naturel régional du Queyras propose la mise en place d'un réseau de co-acteurs. Mais qui sont les acteurs ? Les discussions ont découlé de la formulation du constat suivant : bien que chaque label ait un schéma d'acteurs différent, ces derniers impliquent souvent un nombre important d'acteurs qui sont imposés et le problème est que ces acteurs préalablement

désignés ne s'avèrent pas nécessairement être les plus adéquats dans la vie du label. Il s'agit alors de réinterroger le schéma d'acteurs de façon continue. In fine, l'idée serait d'avoir un noyau d'acteurs initiateur d'un projet de label, mais qui, au fur et à mesure de l'avancement du projet, serait amené à évoluer afin d'intégrer au fil du temps de nouveaux acteurs (plus pertinents au vu de la direction que prend ce dernier). Ces réflexions vont dans le sens d'un modèle de gouvernance participative et d'une volonté croissante des citoyens d'être impliqués dans les décisions. Reste que l'implication de tout acteur et en particulier des citoyens requiert en amont de les informer, de communiquer ; communication qui selon les participants est un point faible au sein de nombreux labels.

Les participants ont bien fait la distinction entre les habitants du territoire et ceux qui ne le sont pas. En zones de montagne, peu peuplées tout au long de l'année, il faut tout de même pouvoir impliquer ces habitants. Cela passe alors par une meilleure communication, et notamment au travers de la culture locale. Évoquer celle-ci pourrait permettre à n'importe quel dispositif de mieux s'ancrer dans un territoire et offrirait la possibilité aux habitants de se l'approprier. Cette piste d'action pourrait potentiellement s'adresser aux résidents du territoire puisqu'elle y semble plus adaptée.



Quels sont les liens entre les labels et le monde de la recherche et développement ?

Auteurs : Raphaëlle Bouvier, Loïc Genin, Mathieu Israël, Laure Sigaud

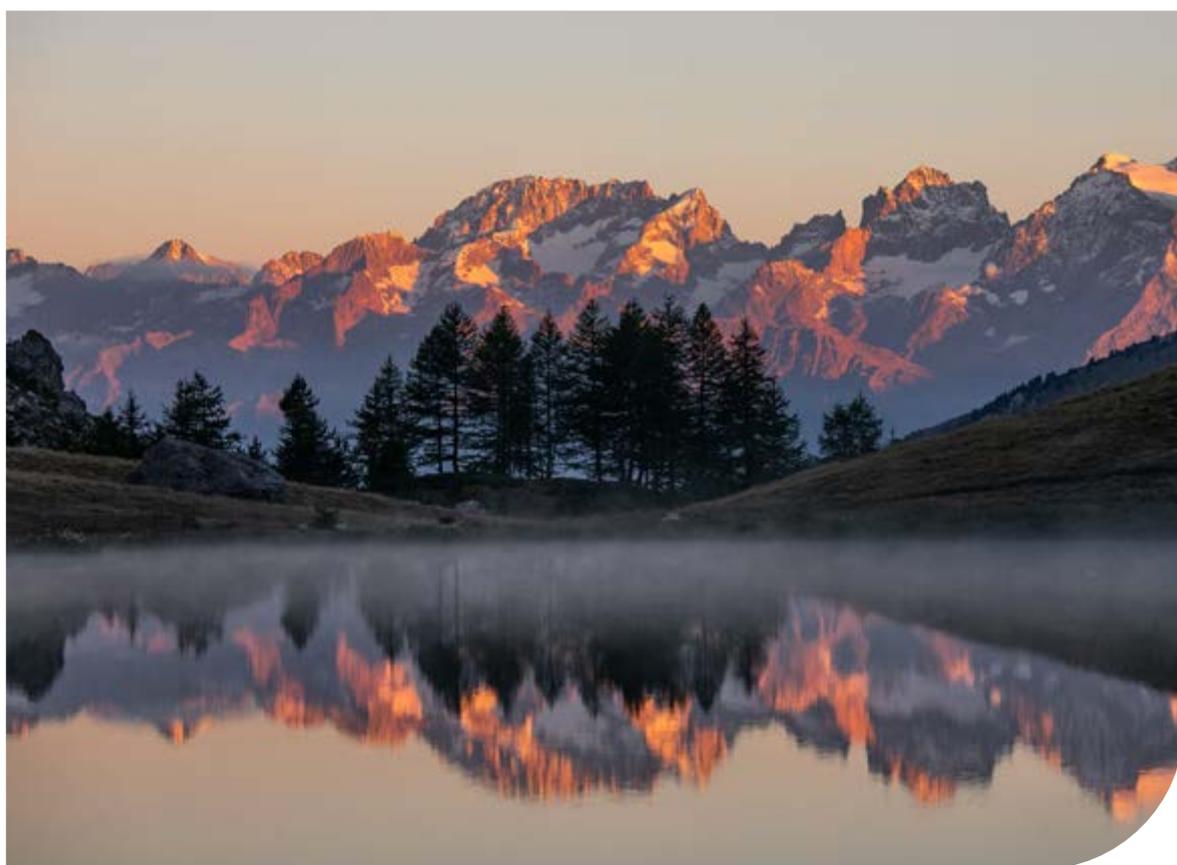
Animateur de séance : Damien Marage

Christel Venzal souligne l'intérêt de questionner le lien entre l'histoire d'un lieu et son développement par le label. Alberto Cora a une expérience concrète de recherche, en astrophysique. En lien avec l'UNESCO, il a contribué, avec son centre de recherche, à l'élaboration du label *ciels noirs* dans la vallée de Grana en Italie. Pour lui, comme d'autres intervenants, il faut effectivement étudier le lien avec les populations locales. Mettre en parallèle labellisation et approche scientifique impose de sortir du clivage sciences dures / sciences humaines. Le rôle du scientifique est d'utiliser des outils de mesure et de fournir des informations pertinentes par le biais de publications. Le groupe s'est interrogé sur le lien entre brevet et label. Un brevet doit permettre de protéger la propriété intellectuelle de l'inventeur d'une technologie nouvelle, d'un procédé nouveau. Le brevet doit en ce sens assurer une certaine confidentialité des méthodes qui ont concouru à l'établissement de la découverte. Le label, quant à lui, doit au contraire permettre la diffusion d'un savoir auprès d'un public le plus large possible. Si ce savoir est facilement rendu accessible, il ne faut pas oublier le travail des scientifiques en amont. Seules les personnes impliquées (pas seulement constituées de personnes évoluant dans le champ scientifique) dans le processus de labellisation peuvent réellement se rendre compte de l'importance de ce travail. Les labels sont vus comme une marque. En italien, comme le rappelle Alberto Cora, car il existe deux mots différents qui permettent la distinction entre *il marchio* (au sens du label scientifiquement approuvé) et *la marca* (marque déposée).

Comment les labels nourrissent-ils la recherche scientifique ? Un rôle de veille revient à la Science, dans la mesure où elle doit permettre de garantir la mise à jour des labels conformément à l'évolution des découvertes. La temporalité des cycles de labellisation permet de réactualiser sans cesse les outils qui légitiment leur existence. Les scientifiques peuvent proposer des méthodes afin d'archiver les connaissances locales d'un savoir-faire ou d'une pratique. Il s'agit d'une forme d'archivage, comme c'est le cas pour le patrimoine immatériel. Selon Christel Venzal, le patrimoine culturel immatériel correspond aussi à la vocation d'un label. Les scientifiques peuvent ainsi aider à établir des critères pour évaluer ce qui est du ressort de la labellisation. Ils sont, dès lors, instigateurs d'une mémoire du savoir. L'application peut alors concerner l'opérationnel et on voit le lien entre la recherche et le développement, via la science. Si le fait de laisser des traces est primordial, sous forme d'archives (objets, empreintes, films, enregistrements sonores de témoignages etc.), il ne faut pas que l'enthousiasme remplace l'expertise. Comme le dit Damien Marage, "ce qui est extraordinaire n'est pas nécessairement le mieux à protéger".



Il appartient donc à la communauté scientifique d'être cautions, mais aussi de jouer le rôle de garde-fou contre certains excès. Par exemple, il est notable que l'appellation *Plus beau village de France* ne constitue pas un label au sens scientifique. Mais les scientifiques ne doivent en aucun cas se déconnecter du territoire. Il faut associer le transfert des savoirs à l'archivage de connaissances ou de réalités matérielles ou immatérielles et donc de ne pas garder les connaissances enfermées dans le champ scientifique. Tout cela doit s'accompagner d'un effort d'ouverture à l'éducation et la formation.



Les labels, en quoi et comment les citoyens peuvent-ils se les approprier ?

Auteurs : Manon Hyvoz, Lucien Mariotte, Louis Palluau, Laure Rimbaud

Animatrice de séance : Maryse Deguergue

Il existe deux types de label : les publics et les privés. Les échelles d'attribution sont multiples ce qui rend complexe leur utilisation. Ils donnent une réelle visibilité au territoire, à l'image du Parc naturel régional du Queyras. Ils permettent de promouvoir le territoire puisqu'ils sont garants de la qualité de l'offre ou du lieu. De plus, les labels sont des opportunités de développement pour les territoires, c'est un service efficace pour les gouvernances, car cela leur donne une méthode de gestion managériale. Un label est une sorte de marque, c'est donc un outil de développement qui cherche à promouvoir qualité et confiance, tradition et valeurs du territoire. Même si un label apporte une gratification et induit des impacts positifs sur l'économie du territoire il peut avoir des inconvénients sur la vie des citoyens comme la sur fréquentation des lieux. C'est pourquoi la question d'appropriation du label par les citoyens prend tout son sens. Actuellement, les pouvoirs publics cherchent des labels pour obtenir des subventions et des financements avant de concerter la population. C'est à partir du moment où ils obtiennent ce label que celui-ci est communiqué et que la population est consultée. Par ailleurs, il est difficile de savoir combien rapporte un label, les dépenses peuvent être comptabilisées mais il est difficile d'évaluer la contrepartie.

Les participants s'accordent pour dire que chaque citoyen a des intérêts divers sur un même territoire : certains l'habitent, d'autres le visitent pour le travail ou encore les loisirs. Les attentes et les objectifs associés ne sont

donc pas les mêmes. En droit, les citoyens sont déterminés par leur nationalité. Ici, ce qu'on entend par citoyen n'est pas l'attachement à une nation et une nationalité, mais davantage leurs liens avec leurs responsabilités face aux labels qui les rapprochent. Le citoyen a des droits mais aussi des devoirs (respect des lois, respect des sites classés, attitude responsable ...) ce qui le différencie du public qui, lui, a seulement le droit à l'information. Mais les intérêts propres du citoyen peuvent-ils être regroupés grâce au label et se transformer en une force ? Ou comment créer un consensus entre les acteurs pour les fédérer ?



Concernant l'appropriation et la participation du public dans le processus de construction du label, il a été montré que le plus souvent ces labels viennent d'une volonté politique dans le but de donner une plus-value à un territoire, à un savoir-faire, et non d'une émanation ou d'une volonté locale. Les échanges ont fait ressortir que cette manière de labelliser une spécificité territoriale n'est pas optimale pour l'approbation des citoyens. Il faudrait donc davantage penser à un processus de co-construction du projet de labellisation entre les politiques et la population. Il a été soulevé que le terme coopération serait mieux adapté que l'appropriation. Le but étant de faire comprendre, accepter et adhérer les citoyens afin que ces labels émanent d'un processus de coopération transversale de l'ensemble des acteurs, plus que d'une imposition

verticale venant des élus. Pour cela il faut associer et questionner la population. La question de la coopération est donc au cœur de l'efficacité des multiples effets du label. En partant du principe qu'il existe différents types ou profils de citoyens (locaux, touristes, résidents secondaires...) il y a différents niveaux d'appropriation du territoire et des labels. Plusieurs moyens d'appropriations ont été retenus pendant cette journée de colloque pour faire adhérer l'ensemble des citoyens d'un territoire sur un même projet de labellisation d'un lieu. Les solutions trouvées se situent soit en amont de l'obtention du label, soit en aval de la labellisation. Il faut intégrer en amont les citoyens au projet de labellisation d'un territoire. Ils doivent être invités à des réunions ou aux conseils municipaux afin de les informer sur les modalités, les conséquences des différents labels, puis les inviter à des concertations pour qu'ils réfléchissent au label qui leur semble le plus pertinent. Il est nécessaire de les associer bien en amont de ce projet et de les informer sur l'avancement du projet, de les rassurer en anticipant avec des simulations. De même, il est souhaitable de créer des espaces coopératifs entre acteurs économiques d'un territoire pour les fédérer et mieux réfléchir autour d'un projet de développement. Même si les activités sont différentes, elles restent complémentaires. Il faut développer des moments de convivialité et de partage autour du label. Pour y parvenir, il ne

suffit pas d'organiser de simples réunions mais plutôt d'organiser de grandes fêtes ou des jeux sur les thématiques du label afin de montrer ces effets concrets et positifs. En Italie, ils sont plus en avance sur ces méthodes pour faire vivre le territoire et fédérer les populations autour d'un sujet qui les rassemble. En effet, ils ont l'habitude d'instaurer des événements festifs pour chaque élément qui leur tient à cœur. Ces événements permettent aussi d'associer les touristes, consommateurs et demandeurs d'intégration. Cependant ces organisations demandent des moyens humains, matériels et financiers. Il est également nécessaire de former les élus à ces méthodes de concertation, d'organisation pour qu'ils possèdent ces compétences afin de réussir leur objectif de renforcer l'appropriation d'un label. La communication permanente autour du label reste un moyen efficace pour l'appropriation.

Pour résumer, il est essentiel de fédérer l'ensemble des citoyens en amont du projet de labellisation et de continuer à le faire vivre par des moments privilégiés et de partage. Par ces solutions, le label ne sera plus un simple outil de subvention mais il sera considéré comme un projet de territoire. Néanmoins pour investir davantage les citoyens dans les projets de territoire concernant leur patrimoine naturel et matériel, l'école joue un rôle essentiel.



Quels impacts des labels sur l'attractivité du territoire ?

Auteurs : Mélia Bijean, Mélanie Boudes, Laura Frankel, Lorine Payet Memery

Animateur de séance : Ken Reyna

Les labels sont un atout certain pour le territoire mais comment les faire vivre ?

Le bleu du Queyras est essentiellement produit à partir de lait de vaches des alpages du Queyras et du nord des Hautes-Alpes. Il permet non seulement de conserver le tissu agricole grâce à une mise en valeur du lait et de nouvelles installations mais aussi de donner une plus-value au département. Le label *Sites & cités remarquables* permet de protéger des paysages remarquables, de rénover des bâtiments, de garder des terrains non-constructibles pour préserver une qualité paysagère. C'est aussi un outil de relance de la dynamique locale.

Toutefois, un label engendre le respect d'un cahier des charges contraignant. Par exemple, le label *villages étapes* engendre l'obligation d'une coordination entre commerçants pour garantir une offre en continu (boulangeries, charcuteries, épicerie, etc.). Les acteurs s'engageant dans une démarche de labellisation ne cherchent pas seulement une logique de rentabilité. L'obtention d'un label n'est pas synonyme d'obtention de subventions mais elle en constitue un levier.

Les tutelles, qui accordent les labels, n'offrent pas de financements. Le cœur de la dynamique constitue les collectivités et les EPCI, établissements publics de coopération intercommunale. Les acteurs publics ont besoin de dégager des moyens notamment humains. Il faut alors solliciter les financements auprès de l'Europe, de la Région ou encore du Département, alors qu'en Italie, la labellisation permet d'avoir plus de dotation de la part de l'État, ce qui

peut également avoir un effet pervers : se faire labelliser seulement pour avoir les subventions, sans être engagé dans la démarche.

Cependant, en Italie, on connaît le cas du *Parmigiano Reggiano* qui, après un tremblement de terre, a bénéficié de la générosité des citoyens.



Il existe un décalage entre les temporalités des labels et celle des actions politiques dans les collectivités territoriales en raison du calendrier électoral. Une certaine autonomie des structures permet d'alléger la gestion. Cela permettrait d'éviter les effets de concurrence. Les temps de coopération et de concertation doivent permettre de mutualiser les idées et les actions pour davantage de cohésion. Il serait intéressant de mutualiser entre structures des personnes dédiées à la prospection de subventions.

Labels et opportunités de financement

Auteurs : Mélia Bijean, Mélanie Boudes, Laura Frankel, Lorine Payet Memery

Animatrice de séance : Lucie Mathieu

Il faut distinguer deux types de labels : lucratif ou *de progrès*. Cela dépend de l'objectif, notamment la nature de son attractivité. L'attractivité d'un territoire est liée à plusieurs facteurs : savoir-faire, connaissances scientifiques, atouts et valorisations touristiques.

La coopération entre les différents acteurs d'un territoire serait plus efficace pour drainer des subventions et obtenir un label. Parmi les risques, il y a les contraintes qui peuvent être mal perçues par les habitants. La notoriété peut entraîner une augmentation du coût de la vie et des prix du foncier avec les deux effets, un enrichissement pour les propriétaires mais une précarité pour les locaux face à l'envolée des loyers.

Il faut que les acteurs locaux s'emparent du label tout en le contrôlant pour éviter la *Disneylandisation* qui dévalorise l'authenticité de la destination. Mais cela peut entraîner une prise de conscience de l'identité locale et de son patrimoine. Par exemple, certaines communes ont refusé le label de *Plus beau village de France* pour s'éviter une gestion lourde et encombrante de parkings.

Le Président du Parc naturel régional du Queyras pense que le label AOP du bleu du Queyras va fortement augmenter les ventes et servira également à valoriser l'agriculture sur ce territoire. Il voudrait que cela revalorise l'attractivité de la vallée. L'appellation est aussi une promesse autour du paysage, cadre et produit qui valorise une identité ou au contraire la modifie. En effet, la directrice de l'office de tourisme du Guillestrois et du Queyras ajoute que : "*La labellisation entre-*

prend la valorisation d'un tourisme doux". Le lac d'Allos est aujourd'hui victime de sur-fréquentation.

Aussi, des outils de régulation des flux ont été mis en place tels que des compteurs pour mesurer le nombre de visiteurs mais on manque d'outils d'évaluation économique.



L'authenticité du territoire et son identité sont des facteurs attractifs mais s'il importe de faire participer les habitants sur l'avenir de leur territoire à travers la labellisation, se pose la question de la montée de la saisonnalité, de la fréquentation et des résidences. L'enjeu actuel des labels est la création ou la (re)valorisation des produits de qualité dans des paysages de qualité. La santé, l'environnement et le goût sont les priorités du consommateur, le prix aussi. Dans une société où le "retour aux sources" est à son apogée, les labels sont des marqueurs de confiance.

Les ateliers ont souligné l'importance de la participation de tous les acteurs du territoire dans le portage des labels. Ils doivent être consultés dans l'initiation des labels puis dans leur gestion. Ils doivent aussi être interrogés sur les motivations. Cela permettrait de mener à bien les projets de labellisation malgré les changements de mandats. Par ailleurs, une coopération transfrontalière où le "travail ensemble" est central pourrait aussi valoriser un territoire par ses labels.

4 - Conclusion - Conclusioni - Conclusion

Les labels : boîtes à outils ou moteurs pour des territoires hybrides ?

Pierre Pech, professeur émérite, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, membre du Conseil scientifique du Parc naturel régional du Queyras et de Terres Monviso



Les labels : boîtes à outils ou moteurs pour des territoires hybrides ?

Le colloque qui s'est tenu le 17 septembre 2021, dans la place forte Vauban de Mont-Dauphin, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO, au titre des fortifications majeures de Vauban, avait pour but d'interroger l'efficacité et la pertinence des labels territoriaux. À côté des inévitables constats sur l'empilement des dispositifs de reconnaissance par des marques et des labels qui troublent la lisibilité des organisations territoriales, le fait que le territoire transfrontalier, appelé Terres Monviso se soit posé la question témoigne de la variété des usages qui sont faits par les différentes labellisations. La multiplicité des enjeux, portés par les différents labels territoriaux, traduit l'opportunité saisie par les acteurs locaux pour féconder une dynamique territoriale. L'appartenance à des réseaux ou des reconnaissances qui qualifient les composantes de ce territoire sert de boîte à outil pour développer des stratégies multifonctionnelles. Au total, la question consiste à s'interroger sur la finalité de cette dynamique en se demandant, notamment, si ce type de territoire, à forts investissements dans une multiplicité de labels, ne débouche pas sur des formes hybrides et mouvantes d'organisation territoriale.



I marchi: cassetta degli attrezzi o motori di sviluppo per territori ibridi?

L'obiettivo del convegno, svoltosi il 17 settembre 2021 presso la roccaforte di Mont-Dauphin, iscritta al patrimonio mondiale dell'UNESCO nell'ambito delle maggiori fortificazioni costruite da Vauban, è stato interrogarsi sull'efficacia e la pertinenza dei marchi territoriali. Oltre alle inevitabili osservazioni sul sovrapporsi di sistemi di riconoscimento mediante marchi e label che appannano la leggibilità delle organizzazioni territoriali, il fatto che il territorio transfrontaliero definito Terres Monviso si sia posto questo quesito ha messo in evidenza la varietà degli usi dei diversi marchi. La molteplicità delle sfide raccolte dai diversi marchi territoriali traduce l'opportunità compresa dagli attori locali, ovvero rendere fertile una dinamica territoriale. L'appartenere a reti o ottenere riconoscimenti che qualificano le componenti del territorio serve da cassetta degli attrezzi per sviluppare strategie multifunzionali. La questione pertanto consiste nell'interrogarsi sulle finalità di tale dinamica e, in particolare, nel verificare se questo tipo di territorio, che ha fortemente investito in una molteplicità di marchi, non dia luogo a forme di organizzazione territoriale ibride e mutevoli.



Labels: toolboxes or driving force for hybrid territories?

The symposium held on September 17, 2021 in Mont-Dauphin –a town listed as a UNESCO World Heritage for its great Vauban fortifications– aimed to question the effectiveness and relevance of territorial labels. Alongside the inevitable observations on how the stacking of recognition devices by brands and labels affects the legibility of territorial organizations, the fact that the cross-border territory “Terres Monviso” has raised the question demonstrate the variety of uses made of the different labels. The multiplicity of issues brought about by the various territorial labels reflects the opportunity seized by local actors to foster a territorial dynamic. For a territory, belonging to networks or obtaining labels for its components serves as a toolbox for developing multifunctional strategies. All in all, the point is to question the purpose of this dynamic and, most importantly, to ask whether this type of territory with heavy investments in a multiplicity of labels does not lead to hybrid and shifting forms of territorial organization.

Terres Monviso : pourquoi un colloque sur les labels territoriaux ?

Le colloque sur les labels territoriaux, qui s'est tenu le 17 septembre 2021 à la place forte Vauban de Mont-Dauphin, dans le département des Hautes-Alpes, fait partie des actions menées par le territoire transfrontalier franco-italien appelé Terres Monviso. Ce territoire s'est constitué patiemment depuis plus de 30 ans, autour de l'image de marque de son plus haut sommet, le Mont Viso, sous l'impulsion des acteurs locaux, notamment des collectivités territoriales, des établissements publics comme les Parcs et des acteurs économiques comme les chambres d'agriculture et de commerce, de part et d'autre des Alpes franco-italiennes, du côté des hauts bassins versants du Pô et de la Durance.

Ce territoire fonctionnel se matérialise dans un projet, le Plan Intégré Territorial Terres Monviso, porté par le programme européen Interreg Alcotra du Fonds européen de développement régional. Toutefois, il y a longtemps déjà que le territoire monte des projets afin d'obtenir des financements dans diverses opérations de développement local transfrontalier, comme la Réserve de Biosphère transfrontière du Mont Viso, par exemple. C'est dire que les financements portent en partie la dynamique de ce territoire fondé sur des projets sans toutefois masquer l'investissement réel des acteurs pour construire une forme d'identité. Même s'il n'a pas encore acquis à ce stade un statut territorial reconnu au niveau européen, à l'image de ce que sont les Groupements Européens de Coopération Territoriale (*Règlement CE n°1082/2006 du Parlement européen et du Conseil du 5 juillet 2006 relatif à un groupement européen de coopération territoriale, GECT*), de fait, ce territoire a acquis progressivement une reconnaissance, une visibilité ne serait-ce qu'après des acteurs

publics et économiques locaux mais aussi au niveau international à travers celle de l'UNESCO avec la Réserve Man and Biosphere. Toutefois, les Terres Monviso intègrent de nombreuses autres entités territoriales : la Réserve de Biosphère transfrontière (statut MAB-UNESCO), des Parcs nationaux et régionaux, des actions territoriales plus thématiques autour de la culture (UNESCO) ou de l'agriculture (AOP et IGP) sans parler des labels culturels internationaux (Patrimoine mondial de l'UNESCO pour des ensembles architecturaux) et nationaux (Pays d'Art et d'Histoire) mais aussi des sites Natura 2000 évidemment nombreux dans ces espaces de montagne. Ces dynamiques sont originales parce qu'elles sont portées par des communautés dont la composante urbaine est réduite à des petites villes.

Ces dynamiques traduisent-elles les mutations en cours dans les espaces européens y compris pour englober ce qui se présente comme des espaces marginaux (Rudel, 2011 ; Lévy et al., 2018) ? S'agit-il d'une illustration de ce qui est considéré comme une démarche autonome avec des processus de développement fondés sur les ressources du local (Allais et al., 2015 ; Escribano et al., 2020) ? Il est donc logique que ce territoire des Terres Monviso en vienne à se poser la question de la relation entre son espace et ceux des nombreux labels qui concernent de nombreuses portions de son territoire. Le colloque s'inscrit alors parfaitement dans une démarche de territoire et interroge de nombreux acteurs, scientifiques, porteurs de labels et gestionnaires de ces structures. Ce colloque suscite la question de la nature de ces labels territoriaux devenus extrêmement divers. Il interroge sur les interrelations entre labels, sachant que la plupart du temps certains d'entre eux se croisent ou se superposent sur un même espace. Il interroge aussi sur l'efficacité de ces labels pour laquelle les moyens d'évaluation sont encore peu développés.

Pour qui et pour quoi un label territorial ?

Un label est une marque protégée créée par un organisme public, par une association ou une organisation professionnelle. Il se matérialise par des signes distinctifs, un nom, par exemple en France : *Écoquartier* (About de-Chastenet et al., 2016), *Site classé ou inscrit*, *Territoire à Énergie Positive* ou *TEPOS*, *Parc naturel régional*, etc., et un logo. Ce nom et ce logo ne peuvent être utilisés que par les organismes se conformant au cahier des charges du label qui est défini par des procédures réglementées et par l'organisme qui attribue le label.

Ces labels concernent des produits, des monuments, des biens culturels et des aires naturelles ou culturelles (sous la forme de paysages par exemple). Dans bien des cas, les labels concernent d'ailleurs des biens ou des éléments qui ont une aire de répartition ou au sein de laquelle s'inscrit la labellisation avec le cahier des charges qui la caractérise, par exemple les Appellations Origine Protégée qui concernent la définition des produits agricoles soumis à un territoire bien délimité et à des modes de production précis. L'aire de répartition constitue d'ailleurs un critère strict dans la formulation de la labellisation. En France, un parc national, un parc naturel régional, un TEPOS, *Territoire à Énergie Positive*, appartiennent clairement à des labels territoriaux comme le sont aussi en Europe, les Appellations d'Origine Protégées, AOP, les Indications Géographiques Protégées, IGP ou les sites Natura 2000.

Historiquement, les premières formes de labellisation territoriale concernent avant tout l'art, la culture et la nature. Dans les années de la fin du 19^e et du début du 20^e siècle, la protection du patrimoine culturel domine les efforts de

labellisation, en France et en Italie. En France, la réserve esthétique de Fontainebleau, initiée par les peintres de Barbizon dès le milieu du 19^e siècle, constitue sans doute une des plus anciennes labellisations territoriales même si des réserves naturelles apparaissent dès cette époque, sous l'impulsion d'aristocrates, comme la réserve royale du Gran Paradiso créée en 1856 par le roi Victor-Emmanuel pour protéger le bouquetin. Les enjeux et les objectifs de ces labellisations territoriales concernent initialement ces grands thèmes : la protection d'un patrimoine culturel, paysager, naturel.



Les Appellations d'origine concernant les produits agricoles et alimentaires apparaissent initialement en France au début du 20^e siècle pour lutter contre la fraude. Puis, les labels se développent ensuite, au cours de la seconde moitié du 20^e siècle et avec la création de l'Appellation d'origine protégée par l'Union européenne, ils concernent de nombreux produits agricoles et alimentaires (Escribano et al., 2020). L'engagement des pouvoirs publics, initiateurs de certains de ces labels, est motivé par la protection du patrimoine, qu'il soit culturel, dont architectural, ou naturel. Cependant, surtout depuis la montée en puissance de la prise en compte des objectifs de décentralisation et de développement local, cette dimension du développement économique et social fait partie intégrante des objectifs des labels, y compris

pour ceux considérés comme les plus stricts dans la protection du patrimoine culturel ou naturel. Le renversement se produit surtout à la fin du 20^e siècle, en grande partie en raison de la mutation du modèle économique des grands établissements publics, notamment en France, contraints de trouver des financements mais aussi, à la suite de Rio 1992, à cause de la montée en puissance des questions environnementales qui donnent une impulsion à une mutation dans de nombreuses activités, comme le tourisme mais aussi la conservation de la nature (Godet et Mathevet, 2015). Cela répond aussi à la demande croissante d'une clientèle qui refuse de plus en plus de pratiquer un tourisme prédateur (Pfueller et al., 2011 ; Khamsay et al., 2015 ; Blondy, 2016 ; Kazeminia et al., 2016 ; Knafou, 2021). Et au sein des aires protégées, y compris là où l'enjeu de conservation est des plus importants, la conception intégratrice d'un développement durable vise à essayer de faire coexister la protection de la nature, l'éducation et l'information, mais aussi un développement local des populations assez souvent porté par le soutien à des activités agricoles dont certaines viennent en appui des pratiques du génie écologique ainsi que d'un développement touristique (Godet et Mathevet, 2015 ; Messier et al., 2015).

Cependant, de nombreuses études portant sur les enjeux implicites et explicites de ces labels territoriaux interrogent la vocation réelle de ces territoires. Au-delà de la mise en protection, de sites et d'espaces patrimoniaux, la labellisation répond à la promotion et la valorisation de l'image de marque d'un territoire. Les labels sont censés avoir, pour les porteurs de projets, une image positive. Celle-ci est considérée comme intégratrice des projets du territoire, notamment dans le développement de l'économie du tourisme mais aussi dans l'engagement environnemental. Ces labels sont des outils favorisant l'attractivité des territoires concernés (Marcotte et al., 2011).

Les logiques concurrentielles sont indiscutables surtout lorsqu'il s'agit de répondre à des appels à projets ou de prospecter des financements. Certains auteurs comme Floey et Havice (2016) estiment que l'essor de l'éco-certification territoriale accompagne des dynamiques politiques concernant le pouvoir, la domination, la résistance ou des expériences politiques alternatives. En effet, certains auteurs soulignent les résistances apparues dans des pays du sud face à ce qui est considéré comme de l'ingérence ou l'expression d'un nouvel impérialisme exprimé par la revendication d'organismes imposant une sorte d'extra-territorialité (Vandergeest et Unno, 2012). Pourtant, la construction et la mise en œuvre de ces territoires identifiés par des labels sont confrontées à des doutes voire à des résistances, surtout de la part des habitants qui ne comprennent pas toujours l'utilité de la multiplication de ces structures administratives qui s'empilent, se croisent et paraissent paradoxalement lointaines et abstraites. Les modes de gouvernance sont jugés confus. L'efficacité de ces territoires est interrogée. Faut-il y voir effectivement des pistes de l'innovation territoriale (Divay, 2020) ou des formes de réponses néolibérales à la mise en concurrence entre les territoires ?

Des territoires hybrides fécondés par la labellisation ?

La labellisation favorise la constitution de territoires avec de nouvelles formes de gouvernance fondées sur l'interaction d'activités et de domaines d'action variés (Eberlein et al., 2014 ; Foley et Havice, 2016). Les territoires labellisés offrent une palette très diverse de modes de gestion, allant de la prise en charge par des établissements déjà existants, les parcs pour certaines aires Natura 2000, ou la constitution de structures plus ou moins informelles, allant

de l'association à une charte : c'est le cas pour les Terres Monviso dont les acteurs sont unis par la Déclaration de Baratier, signée par les partenaires *"pour une entente transfrontalière des décideurs des Terres du Mont Viso"*, déclaration dans laquelle *"les signataires conviennent de la nécessité, pour être plus forts ensemble, de mettre en commun l'ensemble des moyens qui sont les leurs [...] dans le but de défendre les intérêts de leurs habitants et de préserver l'identité montagnarde commune de ce territoire transfrontalier dans un monde de plus en plus globalisé"*. Cette déclaration vaut convention pour permettre non seulement le développement d'actions, de projets mais aussi pour construire une identité, bien définie dans l'espace alpin, et qui entend se distinguer du reste du monde. Ici, comme dans bien des cas, le territoire entend porter une diversité de dynamiques touchant aussi bien au culturel, à la nature, à l'économie, à la santé, aux efforts en matière de promotion sociale, etc. C'est bien ici la multifonctionnalité qui est recherchée au service de la protection et de la promotion des dynamiques du territoire. Comme l'écrit Martin Vanier, *"Pour aller sur la piste des hybrides en matière d'espaces et de territoires, il faut traquer la double dimension de la notion : le croisement, le mélange, la combinaison paradoxale, certes, mais aussi l'augmentation, le résultat nouveau, la surprise de ce qui en résulte, le renouvellement"* (Vanier, 2014, p.284). Le territoire ne doit pas craindre d'être augmenté par hybridation des labels qui peuvent se compléter. Comme le disent M.Boesh et al. (2008), les différents labels se complètent et se fécondent mutuellement. Ils font figure de boîte à outil pour servir les stratégies des territoires institutionnels ou fonctionnels, notamment économiques, en quête d'usages bien délimités et de financements.

Toutefois, l'évaluation des labels territoriaux reste à construire. Les indicateurs sont rares et éparpillés selon les procédures relevant des types

de territoires. Ces indicateurs doivent prendre en compte les impacts de la labellisation dans les dynamiques territoriales ce qui est complexe. Quelques exemples permettent de proposer des pistes de réflexion.

Dans le périmètre de l'actuel Parc naturel régional des Baronnies provençales, pendant sa phase de préfiguration, une étude, qui avait été effectuée en 2013 auprès d'un échantillon de plus de 200 habitants du territoire de projet (<https://www.masterbioterre.com/atelier/baronnies-provencales>), aboutissait au constat qu'il y avait une méconnaissance du territoire défini pour le Parc même si l'avis des répondants était globalement positif. Actuellement, en 2021, la perception d'une identité territoriale est quasiment incontestable et même il y a des revendications comme celle de créer un label pour l'agneau des Baronnies sous l'égide du Parc.



À l'issue des élections territoriales, Départements et Régions en France, en 2021, le traitement de données concernant le vote des citoyens par communes et certains paramètres permet d'identifier quelques caractéristiques relevées pour cette étude dans le cadre de ce colloque. Notamment, on a comparé la participation des électeurs avec le nombre de labels territoriaux dans lesquels sont intégrés les communes concernées. Au total, l'échantillon compare une cinquantaine de communes prises de manière aléatoire sur le territoire français. La figure 1 représente la relation entre le taux de participation électorale et le nombre de labels territoriaux concernant la commune. Les données ont été constituées à partir de la publication des résultats des élections territoriales sur le site <https://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-resultats> ainsi que sur les sites des communes prises en compte.

À partir de la figure 1, on a émis l'hypothèse qu'il existe une relation entre les pourcentages de participations aux élections territoriales (juin 2021) et le nombre de labels territoriaux de communes métropolitaines françaises. Comment interpréter ce constat ? Les labels territoriaux sont souvent intégrateurs d'acteurs : des habitants, des agriculteurs, des artisans, des acteurs du tourisme, etc. Leur participation est suscitée par les projets dans lesquels ils s'investissent soit à titre bénévole (association en faveur du patrimoine local, association en faveur de la nature, etc.) soit parce que les enjeux du développement local sont portés par le label, comme les AOP ou les IGP qui concernent les agriculteurs. Le label territorial joue un rôle dans l'engagement citoyen. D'ailleurs, certaines communes investissent des démarches favorisant la participation des citoyens (Dugrand, 2020). Comme le démontre Maud Dugrand (2020), l'expérience de démocratie locale, l'usage de référendums, la pratique fréquente de la concertation, etc. favorisent l'engagement et la participation citoyenne et l'adhésion aux projets portés dans le cadre des labels. La leçon à tirer pour les élus et les acteurs publics est que l'acceptation politique des labels dépend en grande partie de la participation citoyenne à la vie démocratique ; l'efficacité des labels est

tributaire de la capacité d'appropriation par les citoyens ; la durée de vie des labels dépend en grande partie de cette appropriation et donc de la participation démocratique et citoyenne à la vie de ces structures. Les labels semblent produire des références territoriales pour les individus. C'est une hypothèse qui mériterait d'être prospectée par des enquêtes : l'identité tribale, par îlots, par quartiers, s'estompe au profit d'une identité territoriale, d'un habiter qui transcende les intérêts individuels au profit d'un intérêt commun (Bimbenet, 2017).

Conclusion

Les collectivités locales des Alpes du sud françaises et italiennes réunies dans Terres Monviso sont à l'origine de la création d'une stratégie complexe concernant un territoire identifié autour du Mont Viso. Les acteurs locaux ont amorcé des réflexions sur une gouvernance notamment à partir de la Réserve de biosphère. Une association et un GECT avaient été évoqués dès 2015 mais les élus n'avaient pas souhaité de structuration "forte" mais simplement un accord de partenariat transfrontalier qui n'a pas abouti à un véritable territoire institutionnel. Paradoxalement, même si une démarche est en gestation, les acteurs n'ont pas cherché jusqu'à présent à transformer leur territoire pour en faire un territoire institutionnel. Ils se satisfont de l'entente créée par le rapprochement des institutions existantes et des territoires de label. Les efforts semblent payants dans plusieurs directions. Sur le plan du drainage des financements, la ronde des projets portés par les uns et les autres aboutit à des résultats fructueux. Le succès a d'ailleurs un rôle d'entraînement, pour emporter ces financements mais aussi pour motiver des porteurs de projets. Les relations se sont multipliées. Le territoire se dote d'une structure scientifique prenant appui sur des centres de recherche constitués par les territoires locaux. Là aussi il existe un effet d'appel. Le territoire porté par sa multitude de labels fonctionne comme un territoire de projets et il semble indéniable que se constitue progressivement une identité.

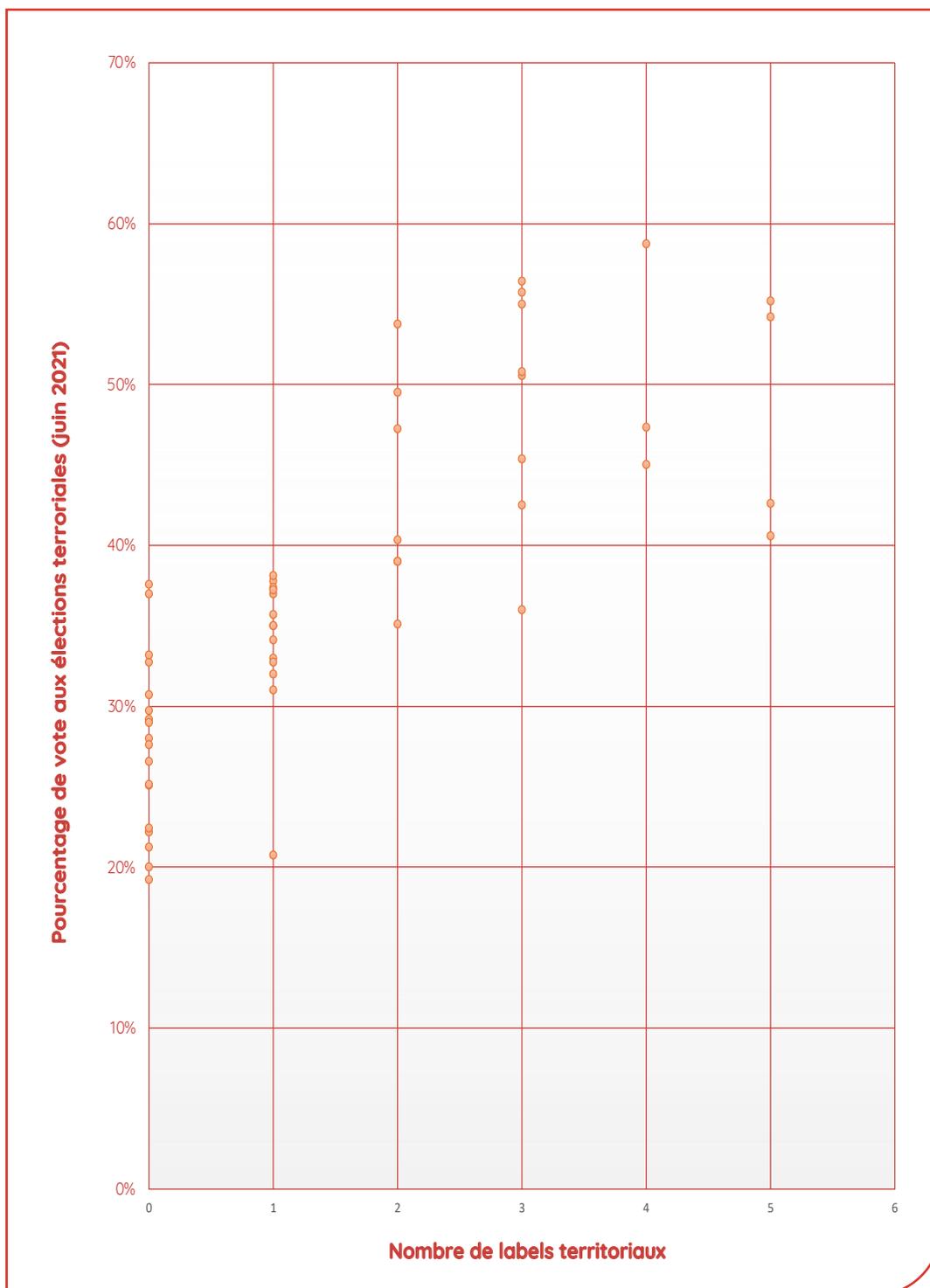


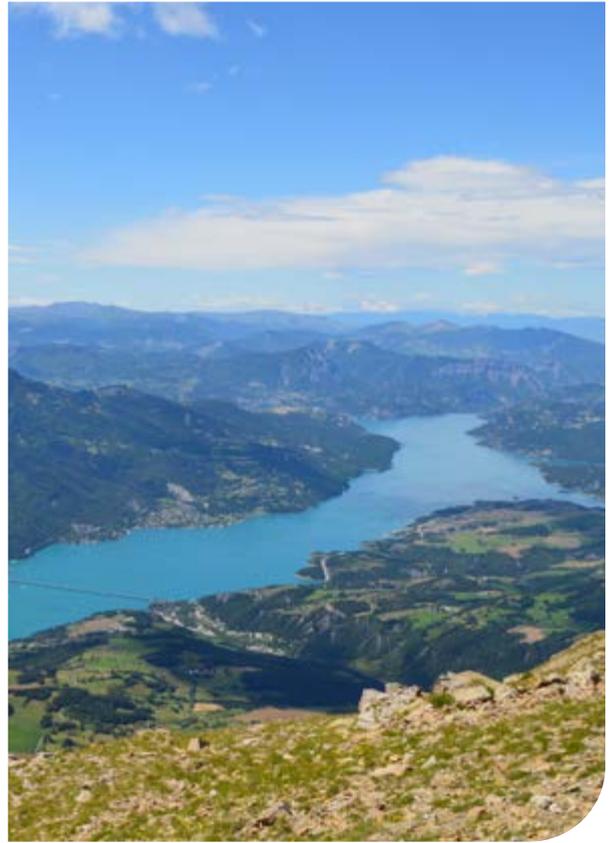
Figure 1. Relation entre le taux de participation aux élections territoriales en France en juin 2021, pour 54 communes de France, et le nombre de labels territoriaux concernant les communes.

Références

- About-de Chastenet C., Belziti D., Bessis B., Faucheux F., Le Sceller T., Monaco F-X., Pech P.,** 2016. *The French eco-neighbourhood evaluation model: contributions to sustainable city making and to the evolution of urban practices*, *Journal of Environmental Management*, 176: 69-78
- Allais R., Reyes T., Roucoules L.,** 2015. *Inclusion of territorial resources in the product development process*, *Journal of Cleaner Production*, 94: 187-197
- Arpin I.,** 2019. *The rise of planning in nature conservation and the practitioner's approach to conflicts. The inspiring case of the Northern French Alps nature reserves*, *Journal of Nature Conservation*, 48: 54-60
- Bimbenet E.,** 2017. *Le complexe des trois singes*, Paris, Seuil, 352 p.
- Boesch M., Renner E., Siegrist D.,** 2008. „*Bandscaping*“: from traditional cultural landscapes to “*Label Regions*”, *Mountain Research and Development*, 28 (2): 100-104
- Divay G.,** 2020. *L'innovation territoriale : manager en mode pilotage ou en logistique ? Finance Contrôle Stratégie*, [En ligne], NS-7, URL : <http://journals.openedition.org/fcs/4065>
- Dugrand M.,** 2020. *La Petite République de Saillans, une expérience de démocratie participative*, Editions du Rouergue, 160p.
- Eberlein B., Abbott K.W., Black J., Meidinger E., Wood S.,** 2014. *Transnational business governance interactions: conceptualization and framework for analysis*, *Regulation & Governance*, 8 (1): 1-21
- Escribano M., Gaspar P., Mesias F.J.,** 2020. *Creating market opportunities in rural areas through the development of a brand that conveys sustainable and environmental values*, *Journal of Rural Studies*, 75: 206-215
- Foley P. et Havice E.,** 2016. *The rise of territorial eco-certifications: new politics of transnational sustainability governance in the fishery sector*, *Geoforum*, 69: 24-33
- Godet L., Mathevet R.,** 2015. *Pour une géographie de la conservation*, Paris, L'Harmattan
- Kazeminia A., Hultman M., Mostaghel R.,** 2016. *Why Pay More Sustainable Services? The Case of Ecotourism*, *Journal of Business Research*, vol. 69, p. 4992-4997
- Khamsay P., Takahashi Y., Nomura H., Yabe M.,** 2015. *Services of Hotel Industry: A Case Study Namxong River in Vangvieng District, Laos*, *Journal of Water Resource and Protection*, vol. 7, p. 897-908
- Knafou R.,** 2021. *Réinventer le tourisme*, Editions du faubourg, 128p.
- Lévy J., Fauchille J-N., Povoas A.,** 2018. *Théorie de la justice spatiale. Géographie du juste et de l'injuste*. Paris, Odile Jacob, 352p.
- Marcotte P., Bourdeau L., Leroux E.,** 2011. *Brandings et labels en tourisme : réticences et défis*, *Management & Avenir*, 7/47, pp. 205-222
- Pfueller, S.L., Lee D., Laing J.,** 2011. *Tourism Partnerships in Protected Areas: Exploring Contributions to Sustainability*, *Environmental Management*, vol. 48, p. 734-749
- Rudel T.K.,** 2011. *Local actions, global effects? Understanding the circumstances on which locally beneficial environmental actions cumulate to have global effects*, *Ecology and Society*, 16(2): 19 [online] URL: <http://www.ecologyandsociety.org/vol16/iss2/art19/>
- Vandergeest P. et Unno A.,** 2012. *A new extraterritoriality? Aquaculture certification, sovereignty, and empire*, *Political Geography*, 31 (6): 358-367
- Vanier M.,** 2014. *Mutation des territoires : sur la piste des hybrides*, In : *L'hybridation des mondes*, Luc Gwiazdzinski (sous dir.), pp.283-291

Tableau comparatif entre le nombre de labels territoriaux et le taux de participation au second tour des élections régionales de 2021 pour 54 communes – données représentées sur la figure 1

	NOMBRE DE LABELS	TAUX PARTICIPATION AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES (SECOND TOUR)		NOMBRE DE LABELS	TAUX PARTICIPATION AUX ÉLECTIONS RÉGIONALES (SECOND TOUR)
Saillans (Drôme)	3	42,53 %	Castelnau-le-Lez (Hérault)	1	33,00 %
Abries (Hautes-Alpes)	3	50,55 %	Mouremelon-le-Grand (Marne)	0	22,18 %
Arvieux (Hautes-Alpes)	5	54,23 %	Ceillac (Hautes-Alpes)	5	40,61 %
Saint-Crépin (Hautes-Alpes)	3	36,00 %	Verdun (Meuse)	0	27,64 %
Châtilhon-en-Diois (Drôme)	3	45,36 %	Audun-le-Tiche (Moselle)	0	20,02 %
Guillestre (Hautes-Alpes)	2	39,00 %	Apt (Vaucluse)	1	31,00 %
Lus-la-Croix-Haute (Drôme)	5	42,64 %	Evry-Gregy-sur-Yerre (Seine-et-Marne)	0	29,72 %
Veynes (Hautes-Alpes)	2	49,54 %	Montigny-les-Cormeilles (Val d'Oise)	0	22,41 %
Dévoluy (Hautes-Alpes)	5	55,21 %	Plonévez-du-Faou (Finistère)	2	35,12 %
Galametz (Pas de Calais)	3	55,74 %	Emerainville (Seine-et-Marne)	0	29,20 %
Nyons (Drôme)	1	32,00 %	Saint-Pierre-de-Chartreuse (Isère)	4	45,03 %
Buis-les-Baronnies (Drôme)	1	37,00 %	Le Mas-d'Azil (Ariège)	4	47,36 %
Bélesta (Ariège)	1	35,71 %	Laroque-d'Olmes (Ariège)	1	37,25 %
Villefrance-de-Conflent (Pyrénées Orientales)	3	56,42 %	Acquin-Westbécourt (Pas-de-Calais)	0	32,76 %
Dax (Landes)	1	37,76 %	Nîmes (Gard)	0	29,00 %
Olette (Pyrénées Orientales)	1	37,39 %	Cornillon-sur-l'Oule (Drôme)	3	55,00 %
Peyrehorade (Landes)	1	34,14 %	Saint-Genest-Malifaux (Haute-Loire)	2	40,35 %
Aspres-sur-Buëch (Hautes-Alpes)	2	53,78 %	Felletin (Creuse)	3	50,80 %
Pontonx-sur-l'Adour (Landes)	0	37,59 %	Sevrans (Seine-Saint-Denis)	0	21,26 %
La Roche-des-Arnauds (Hautes-Alpes)	2	47,27 %	Saint-Gilles (Gard)	1	35,00 %
L'Epine (Hautes-Alpes)	4	58,73 %	Sète (Hérault)	0	37,00 %
Nice (Alpes-Maritimes)	1	35,00 %	Mèze (Hérault)	2	39,00 %
Saint-Martin-D'Hères (Isère)	0	25,10 %	Montluçon (Allier)	0	30,73 %
Nuefchef (Moselle)	0	19,24 %	Saint-Maur-Des-Fossés (Val-de-Marne)	1	38,11 %
Saint Denis (Seine-Saint-Denis)	1	20,74 %	Gennevilliers (Hauts-de-Seine)	0	25,13 %
Montpellier (Hérault)	0	28,00 %	Valenton (Val-de-Marne)	0	26,58 %
			Limoges (Haute-Vienne)	0	33,17 %
			Marseille (Bouches-du-Rhône)	1	32,74 %





ISBN : 978-2-9569484-3-8



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale

