



« Un réseau performant – le succès grâce au réseau ! »

- ● ● Saisir les opportunités
- ● ● Créer de la valeur ajoutée
- ● ● Susciter l'intérêt



Impressum

Editeur	AGRIDEA Lindau Eschikon 28 CH-8315 Lindau Tel. 052 354 97 00 / Fax 052 354 97 97 kontakt@agridea.ch / www.agridea.ch AGRIDEA Lausanne Avenue des Jordils 1 Case postale 128 CH-1000 Lausanne 6 Tél. 021 619 44 00 / Fax 021 617 02 61 contact@agridea.ch / www.agridea.ch
Autoren	Philipp Jucker, AGRIDEA
Auteur-e-s	Wendelin Hinder (PREWO), Andreas Weissen (Netzwerk Schweizer Pärke), Jan Claude Cattin (Les chemin du Bio)
Partnerorganisationen	Forum «Landwirtschaft und ländlicher Raum»: BFS, KOLAS, SAB, SBLV, SBV, suissemelio mit Unterstützung durch das BLW
Photo de couverture	Philipp Jucker, AGRIDEA
Rédaction	Philipp Jucker, AGRIDEA
Mise en page	Rita Konrad, AGRIDEA
Impression	AGRIDEA Lausanne © AGRIDEA, avril 2013



Table des matières

	Résumé	2
	Introduction	2
1	Expérience de la pratique issue des projets dans l'espace rural	3
	1.1 Qu'est-ce qu'un réseau ?	3
	1.2 Qu'est-ce qui rend un réseau efficace ?	4
	1.3 Quelles sont les conditions pour que le réseau fonctionne ?	4
	1.4 Défis pour le travail de mise en réseau dans l'espace rural	5
2	Pour comparer – expériences issues d'autres domaines	6
	2.1 Comment fonctionne un réseau performant ?	6
	2.2 Mettre en pratique la mise en réseau	7
3	Liste de partenaires lors de la création d'un réseau dans l'espace rural	8
4	Exemples de projets dans l'espace rural avec de bons réseaux	9
	4.1 Les chemin du bio	9
	4.2 PREWO – PDR Wilchingen–Osterfingen–Trasadingen	10
	4.3 Parc paysager de la vallée du Binn	11
5	Remerciements	12
	Annexe	13

Résumé

La fiche thématique « Un réseau performant – le succès grâce au réseau ! » met en avant les différents aspects du réseautage dans l'espace rural.

La première partie de ce document décrit les différents types de réseaux, leur influence et leur contribution aux projets dans l'espace rural.

Les conditions préalables devant être remplies et les enjeux de la mise en réseau sont indiqués ainsi que des exemples de bonnes pratiques.

La seconde partie explique, de manière générale, comment gérer avec succès la création de différentes formes de réseaux, leur mise en œuvre et leur exploitation.

Une liste contenant les différents partenaires susceptibles d'être intégrés lors de la création d'un réseau dans l'espace rural se trouve en troisième partie.

La dernière section comprend une présentation de trois projets dans l'espace rural en Suisse, toujours en lien avec la thématique de la mise en réseau. L'annexe comprend un tableau contenant des projets issus de l'espace rural, les avantages de leur mise en réseau ainsi que les personnes de contact pour chaque projet.

Introduction

Les projets dans l'espace rural ont pour objectif d'exploiter les potentiels régionaux. Leur mise en réseau permet d'en accroître la durabilité et facilite leur mise en œuvre. Pour bénéficier des effets de synergie, la mise en place d'un réseau est souhaitée et impérative. Elle se fait à plusieurs niveaux : entre projets, acteurs, organisations, champs d'action et stratégies.

Cette brochure a pour but de rassembler les personnes intéressées à la thématique de la mise en réseau et d'identifier les aspects à prendre en compte lors de la création de réseaux performants.

1

Expérience de la pratique issue des projets dans l'espace rural

La première partie de cette fiche thématique regroupe les résultats d'un séminaire du « Forum pour l'agriculture et l'espace rural » et d'un atelier du « groupe intercantonal » de Suisse romande. Les deux événements avaient pour thème: « Mise en réseau dans l'espace rural ».

1.1 Qu'est-ce qu'un réseau ?

Un réseau est un système social qui permet de connecter des personnes ou organisations motivées par des intérêts communs. C'est aussi une structure sociale avec une séparation entre l'intérieur et l'extérieur relativement perméable. Les réseaux sont ouverts, non contraignants et permettent de développer des coopérations.

Différents types de réseaux :

- **Les réseaux thématiques** désignent des associations de personnes ou d'organisations qui se consacrent à un thème en particulier. L'origine des participants peut être très hétérogène. Un intérêt commun pour un thème particulier assure le lien entre les parties prenantes.
- **Les réseaux professionnels** sont des associations de personnes ayant une formation ou exerçant une profession commune.
- **Les réseaux politiques** sont des associations d'acteurs privés (entreprises, groupes d'intérêts) et d'organisations publiques dans un domaine politique spécifique.
- **Les réseaux personnels** sont des groupes de connaissances personnelles, motivées par une idée ou un projet et qui peuvent parfois prendre un style de collaboration formel.

(Regiosuisse, 2009)

Les projets dans l'espace rural sont principalement concernés par les réseaux thématiques, ceux-ci nécessitant souvent une collaboration d'acteurs de provenances variées (par exemple : l'agriculture, le tourisme rural, la gastronomie et la sylviculture).



1.2 Qu'est-ce qui rend un réseau efficace ?

Un réseau, composé d'acteurs de la région, engagés dans un projet commun, appuie un projet ou un domaine spécifique de plusieurs manières. Un réseau performant crée un climat de fonctionnement sain, où ...

tout le monde travaille dans le cadre du projet de manière efficiente, car ...

- ... les thèmes qui sont sources de conflits ont été identifiés à l'avance, ce qui évite l'émergence de conflits;
- ... les personnes accèdent rapidement aux informations et connaissances;
- ... les processus de décisions sont rapides;
- ... les résistances sont rapidement surmontées ou contournées;
- ... un échange d'expériences a lieu (les erreurs ne sont pas répétées);
- ... la répartition des tâches et des responsabilités est plus efficace.

tous tirent à la même corde, car ...

- ... l'esprit d'équipe est encouragé;
- ... la solidarité est encouragée;
- ... une voix commune est créée;
- ... l'ancrage du projet dans la région est encouragé;
- ... le projet gagne en crédibilité;
- ... l'image du projet est entretenue;
- ... l'esprit de coopération est réactivé.

1.3 Quelles sont les conditions pour que le réseau fonctionne ?

Pour qu'un réseau fonctionne et soit motivant, les participants doivent :

- Avoir du goût au bénévolat
- Mettre du cœur à l'ouvrage
- Faire preuve d'endurance et de persévérance
- Etre idéalistes
- Agir de manière transparente
- Etre crédibles
- Pouvoir compter sur un esprit d'équipe déjà présent
- Avoir du leadership/ être une locomotive

Pour s'assurer de l'efficacité d'un réseau, un coach ou chef de projet dans l'espace rural doit se poser les questions supplémentaires suivantes :

- Quelles sont les personnes clés à intégrer dans le projet ? ...
- Avec lesquels des contacts ont-ils été déjà établis ?
- Quels sont les contacts supplémentaires qu'il reste à créer ?
- Est-ce que des liens ont été établis avec des personnes qui :
 - Possèdent des connaissances locales particulières ?
 - Sont connues, reconnues et acceptées dans la région ?
 - Ont des connaissances spécifiques sur le marché visé ?
 - Peuvent porter le projet à une échelle supérieure ?
 - Permettront d'ancrer et d'appuyer le projet dans la région de manière décisive ?
- Quels les personnes qui doivent être consultées et intégrées au projet et à quel moment ? Est-ce que l'élargissement du réseau est planifié en fonction des différentes phases du projet ? Comment procéder ?
- Les futurs clients et partenaires du marché seront ils pris en compte et intégrés à temps au réseau ?

1.4 Défis pour le travail de mise en réseau dans l'espace rural

Le dédommagement des personnes actives dans les projets dans l'espace rural est un réel défi. Les tâches de conduite de projet ou la participation à des groupes de travail se font rarement pendant les heures « normales » de travail, mais plutôt lors de repas ou d'occasions spéciales. Le temps investi pour ces activités n'est que rarement dédommagé. Il faut prendre en compte que la mise en place d'un réseau, respectivement la création de liens avec les personnes clés, peut prendre beaucoup de temps.

Les propositions suivantes pourraient être des solutions :

- Le travail de mise en réseau est répertorié comme une activité spécifique et est prévue dans le budget du projet.
- Les personnes clés peuvent être partiellement dédommagées pour le temps investi. Chaque porteur de projet décide de l'utilisation des fonds à disposition. Ces défraiements peuvent prendre la forme de jetons de présence, de dédommagements forfaitaires pour les personnes responsables, etc.

Dans les projets de développement régional, les points suivants sont à prendre en compte :

- Lors de l'étude préliminaire, les activités de mise en réseau peuvent uniquement être dédommagées par les fonds des porteurs de projet. La contribution Fédérale pour le coaching n'est accordée que pour l'appui extérieur.
- En revanche, le travail du chef de projet ou de la direction du projet (participation à des événements de « mise en réseau ») peut être pris en cofinancé lors de la phase de documentation.

Un défi supplémentaire consiste à garantir la pérennisation et le développement continu du réseau dans l'espace rural. Lorsque l'enthousiasme pour les idées nouvelles se tari, et qu'il devient nécessaire de régler les détails du projet, de le mettre en œuvre en tenant compte des obstacles ou en adaptant le projet (et le réseau) aux exigences du marché, un réseau bien établi est fort utile.

Il arrive souvent que les participants au projet soient confrontés, de manière individuelle, à de nombreuses contraintes. En conséquence, ils se concentrent uniquement sur leur propre partie, perdent la vue d'ensemble du projet et délaissent le réseau. C'est pour ces raisons qu'il est vital de bien entretenir le réseau dès le début, régulièrement et tout du long du projet. Cela devrait faire partie de la culture du projet de participer et de s'impliquer aux événements du réseau. Ceux-ci doivent de plus être utiles concrètement aux porteurs de projets ou prestataires des différents projets partiels.

Des réunions, dans lesquels les partenaires du réseau se rencontrent pour faire la rétrospective des actions entreprises, échangent sur les défis rencontrés et décident d'une réponse commune à ces derniers en sont de bons exemples. Une combinaison de « réunions » avec des événements informels contribuent au renforcement du réseau. Parallèlement, le réseau doit rester perméable à l'accueil de nouvelles personnes ou organisations et doit s'adapter en conséquence.

2

Pour comparer – expériences issues d'autres domaines

« Les relations créent des réseaux – Les réseaux créent des relations » est un texte rédigé par A. Kappler. Bien qu'il ne soit pas spécialement destiné à l'espace rural, il contient quelques approches pratiques sur les activités de réseautage. De nombreux aspects figurant au chapitre 1 sont délibérément repris dans les sections suivantes. Le but est de démontrer qu'il existe des bases de fonctionnement communes pour gérer un réseau de manière efficace, indépendamment du domaine d'activité concerné.

2.1 Comment fonctionne un réseau performant ?

La mise en réseau peut avoir lieu uniquement sous la forme de contacts **personnels**. Chaque personne doit s'impliquer dans le réseau qui est utile pour le projet ou la partie qui le concerne. Seuls ceux qui font vivre et entretiennent leur réseau, c'est-à-dire qui cherchent à échanger avec des partenaires et à convaincre sauront tirer profit de leur réseau. Les réseaux vivent grâce à des « locomotives » et grâce à des acteurs actifs, compétents, engagés, capables de communiquer et de s'organiser.

Pour **créer** et entretenir **un réseau** efficace, il est nécessaire de clarifier, puis vérifier ponctuellement, les points et questions critiques suivants :

- Avons-nous une vision et un objectif à long terme communs ?
- Le réseau soutient-il la coopération entre les acteurs ?
- Est-ce que le réseau favorise les démarches innovantes des acteurs ?
- Le réseau est-il adéquat ?
- Existe-t-il une bonne répartition des différents acteurs dans le réseau (représentants des branches, domaines thématiques importantes du projet) ?
- Disposons-nous des ressources financières nécessaires au développement du réseau et sont-elles utilisées de manière efficiente ?
- Est-ce qu'un climat d'ouverture et de confiance règne dans notre réseau ?
- La transparence du réseau concernant les responsabilités, les tâches, le processus de décision, les moyens financiers ainsi que la vision et les objectifs est-elle toujours de mise ?
- Est-ce que le transfert de connaissances à l'intérieur du réseau fonctionne correctement ?



2.2 Mettre en pratique la mise en réseau

Le terme „Networking“ – créer et entretenir un réseau – est interprété et appliqué de bien de différentes manières. Le Networking n'est pas qu'un repas d'affaires, un échange de cartes de visites et une rencontre en face à face. La finalité d'un réseau est d'être concrètement profitable à tout participant. Dès le moment où la motivation chute, par exemple lorsque qu'il devient astreignant de participer aux rendez-vous, il est voué à l'échec. Contrairement aux idées répandues, gérer un réseau rime avec une grande quantité de travail et la nécessité de posséder un certain savoir-faire. Pour créer un réseau cohérent, il s'agit d'identifier les personnes de contact potentielles, comme par exemple des acteurs locaux importants (voir chapitre 1.2, Kappler 20).

D'un point de vue personnel, les mesures suivantes renforcent un réseau (Kappler 2006):

- **Connaitre le marché/la filière:** il est utile d'être informé sur le marché, la branche et la filière, ainsi que sur l'entreprise de ses partenaires.
- **Avoir des bases solides:** comme lors de la construction d'une maison, établir les fondations nécessite davantage de temps que le bâtiment lui-même. Ceci s'applique de la même manière aux partenaires du réseau. Dans un premier temps, il s'agit d'instaurer un climat de confiance et de trouver des intérêts et bénéfices communs. Les échanges de points de vue en seront d'autant facilités par la suite.
- **Réagir aux informations:** lorsqu'un partenaire du réseau achève une étape majeure, avec ou sans succès, il est toujours apprécié de lui donner un feed back, en proposant dans tous les cas d'en parler de manière plus approfondie s'il le désire.
- **Echanger les cartes de visite:** demandez les cartes de visite de vos partenaires et inscrivez-y le lieu, la date du rendez-vous, mais aussi des informations ou des particularités concernant le contact.

Les mesures suivantes renforcent le réseau **d'un point de vue global** (DVL 2006):

- **Des réunions régulières** dans un environnement agréable, comme des visites organisées chez les entreprises participantes
- **Des tables rondes**
- **Des Newsletters**, circulaires
- **Des fêtes**, auxquelles est invité tout le réseau ou partie de celui-ci
- **Des conférences** suivies par **des échanges d'expériences**

3

Liste de partenaires lors de la création d'un réseau dans l'espace rural

- Services cantonaux et organisations (adresses disponibles dans le document « Pour un PDR réussi », premier chapitre, « adresses et personnes de contact »)
- Cantons, communes
- Associations
- Offices de tourisme
- Instituts de recherche, hautes écoles (spécialisées), spécialistes
- Regiosuisse
- Parcs: parcs nationaux, parcs naturels régionaux, parcs de détente, patrimoine de l'UNESCO
- Entreprises locales
- Selon le projet, d'autres acteurs locaux (voir chapitre 1.3 « Quelles sont les conditions pour que le réseau fonctionne ? »)



4

Exemples de projets dans l'espace rural avec de bons réseaux

Dans la partie suivante, trois projets dans l'espace rural faisant figure « d'exemples à suivre » sont succinctement présentés. L'attention est portée sur les spécificités de leur mise en réseau, comment celle-ci a contribué à la réussite des projets et y contribue encore.

4.1 Les chemins du bio

Description de projet

De ferme en ferme BIO, un séjour hors des sentiers battus en terre jurassienne. Le concept « les chemins du bio » est issue d'une réflexion d'un groupe d'agriculteurs bio soucieux d'apporter une dynamique nouvelle dans leurs relations avec les consommateurs. Le projet vient de la base et s'oriente vers une ouverture aux hôtes avec un accueil à la ferme authentique.

Ce concept d'agritourisme consiste à structurer des réseaux de fermes biologiques et les parcours reliant ces fermes, en élaborant une offre d'accueil, en valorisant les produits de la ferme et des partenaires associés, en mettant en valeur la nature, les paysages, l'environnement et en apportant un regard sur la vie, la culture et l'histoire de toute la région. Le concept touche particulièrement les familles, les groupes et les citoyens en quête de ressourcement ainsi que les jeunes retraités.

Après quatre années de labeur, de partage, de rencontres et d'échanges entre les agriculteurs, « les chemins du bio » se sont ouverts officiellement aux visiteurs en mai 2012. Concrètement, « les chemins du bio » proposent des offres forfaitaires de randonnées découvertes de deux jours et plus comprenant : les visites de fermes bio, les hébergements à la ferme, la table d'hôtes le soir, les petits déjeuners et les pique-niques de midi composés de produits bio bourgeon ainsi que le document « rando-guide » incluant la cartographie des parcours, le descriptif des itinéraires, les points d'intérêt le long du parcours et toutes les informations utiles. Le site Internet est la porte d'entrée permettant de découvrir l'ensemble des offres proposées.

www.lescheminsdubio.ch

Travail en réseau lors des différentes phases

Pourquoi ? développer quelque chose en commun avec un besoin de compétences diverses pour

Quoi ? la création d'une dynamique multiplicative par la diversité des idées et la synergie des

Qui ? ensemble de personnes et/ou d'entités poursuivant des buts communs ou similaires

Comment ? participation collaborative des membres du réseau

Quand ? chaque fois que l'on veut rendre un objectif plus facile à atteindre, servir une cible

Combien ? autant qu'il y a de sujets, d'objectifs et de cibles

Où ? local, régional, interrégional, national, continental, international – partout

Description des étapes du développement de la mise en réseau

- Part d'une idée fédératrice nécessitant plusieurs acteurs et plusieurs compétences.
- Création d'un noyau de personnes prêtes à réfléchir et à soutenir une démarche en apportant leurs idées.
- Constitution d'un groupe de travail ou pilotage travaillant à affiner les idées et les amener à un stade réalisable.
- Impliquer les acteurs dans la construction du « produit » autour des concepts définis ci-dessus en dynamisant de petits groupes (réseaux).
- Organiser et structurer la mise en œuvre des produits en répartissant les tâches tout en imbriquant les réseaux de chaque secteur de responsabilité (maillage des réseaux).
- Echanger dans les réseaux et entre les réseaux pour coordonner les actions et obtenir une bonne cohésion des forces.
- Améliorer le « produit » par ces échanges dans une optique de cercle de qualité.
- Accroître le réseau avec de nouvelles compétences.
- Pour les réseaux externes, entre sociétés/associations différentes, les relations sont plutôt bilatérales tandis que pour les réseaux internes, ces relations doivent être multilatérales.

4.2 PREWO – PDR Wilchingen–Osterfingen–Trasadingen

Description de projet

La viticulture dans trois villages est au centre de ce PDR. En l'état des lieux, l'exploitation viticole peut, au mieux, tout juste couvrir ses coûts. Une longue tradition dans un paysage culturel unique est ainsi en danger. La région désire réagir à cette menace au travers du projet de développement régional. L'Osterfingen Bergtrotte constitue le point de départ et le centre du projet. Cet endroit est exploité depuis des années en tant que centre festif et culturel. Une rénovation du bâtiment est urgente. Le rendement de l'établissement pendant la haute saison couvre tout juste les frais de rénovation les plus urgents. Le projet prévoit la rénovation du bâtiment existant et sera exploitable toute l'année grâce à un bâtiment annexe.

L'engagement de quelques personnes des environs a permis la création d'un projet global, impliquant une multitude de sous-projets, qui donne une image vivante et diversifiée de la région. Des exemples de sous-projets comprennent par exemple le « WeinWeltWilchingen », un centre de dégustation commun à deux caves et un « Hotel décentralisé », un système permettant de réserver les offres de nuitées disponibles dans les différents établissements des alentours. Ainsi, les groupes et les particuliers peuvent profiter de la région pendant plusieurs jours. En plus des offres en relation avec le vin, des chemins didactiques et une offre dans le domaine de la mobilité douce sont en cours de développement. Le groupe nouvellement formé « Landfrauenapéro Schaffhausen » propose une vaste offre variée de produits saisonniers et de la région destinés aux fêtes et diverses célébrations. Le groupe « Kunsthandwerk », a quant à lui, centralisé la commercialisation des confections issues des productrices des trois villages.

L'ambitieux projet en cours de réalisation et le réseau sont à présent bien implantés.

A partir de nombreuses idées individuelles, mises en connexion et désormais en très grande partie interdépendantes, un projet global a été créé. Il contribue à donner une image de la région attrayante pour son vin et sa qualité de vie, tant pour ses habitants, que pour les visiteurs.

Les activités de réseautage dans les différentes phases du projet

Dès sa création, le projet a pris contact avec les autorités et les parties prenantes de la région. Le président de commune et le service cantonal de l'agriculture ont déjà été informés lors de la phase de l'esquisse de projet. Lors de l'enquête préliminaire, les villages et les organisations (supra) régionales, telles que les associations professionnelles « Schaffhausen Wein (Blauburgunderland) » et « Schaffhauserland Tourismus », ont été informées et consultées lors des prises de décision.

Les représentants des différentes structures ont eu un droit de regard au comité du projet et pouvaient transmettre les souhaits et idées de leurs organisations respectives et contribuer ainsi au projet. Les membres du noyau dur ont activement utilisé leurs réseaux pour impliquer les personnes de la région, du canton et même de l'extérieur du canton dans le projet. En outre, des experts en marketing ont été inclus afin de combler les

lacunes dans ce domaine. Les thèmes potentiellement conflictuels ont pu être discutés et approfondis dans ces cercles, ce qui a permis l'émergence de solutions élaborées de manière commune.

Lors de la phase de planification, des représentants du service de l'agriculture et de la promotion économique faisaient également partie du groupe de projet. Ainsi, ils ont pu être informés et impliqués dans le processus. Ils pouvaient ainsi assurer la coordination avec les autorités politiques.

Le groupe de projet actuel s'est créé progressivement en cours de projet à partir d'un réseau informel de personnes et d'organisations. Les différents sous-projets continuent à fonctionner en réseau avec des rapports plus ou moins étroits. Le contact avec le service de l'agriculture et le développement économique est actuellement assuré par la direction du projet et par le président du groupe des porteurs de projets.

Un réseau a également commencé à se former à l'intérieur même du projet. Les problèmes qui ne pouvaient être résolus par le groupe de projet ont pu l'être, de manière simple et rapide, par l'intermédiaire des contacts issus des réseaux personnels de leurs membres. Ainsi, des solutions trouvées à l'extérieur de la région ont été utiles pour le projet. La participation de personnes non issues du milieu agricole dans les groupes de travail et dans le réseau assure une meilleure compréhension et un appui élargi, ce qui a pour effet d'augmenter la visibilité du projet. En conséquence, les liens et la solidarité dans la région ont été renforcés, l'engagement des participants assuré et un ancrage profond du projet a pu être établi.

Des réunions régulières du groupe de projet permettant de faire le point sur les événements passés, de planifier et concrétiser des actions et devrait renforcer le réseau et assurer par la même la cohésion du projet. C'est aussi le lieu pour déterminer les thèmes formation continue adéquats pour le groupe. Les différents événements contribuent entretenir le réseau.

4.3 Parc paysager de la vallée du Binn

Description de projet

Depuis 5 ans, il existe la possibilité légale pour les régions disposant de valeurs agricoles, naturelles et culturelles uniques de soumettre leur candidature dans le but de devenir un « parc d'importance nationale ». Le statut de « Parc naturel régional » est particulièrement prisé.

La vallée du Binn, une vallée latérale de la vallée de Conches dans le Valais, est une pionnière dans le domaine de la protection de la nature au niveau suisse. En 1964 déjà, la population décida de protéger une grande partie de leur vallée. 12 ans plus tard, en raison d'une grande variété de minéraux et de flore, la Confédération l'inscrivit dans la liste des sites d'importance nationale. Puis, en 2002, la commune de Binn a eu la possibilité d'évaluer les possibilités de collaboration avec les communes voisines d'Ernen et Grengiols, dans le cadre du projet du Seco « BLN-Land Suisse ». L'idée de créer un parc naturel régional est issu de cette démarche.

Dans les parcs naturels régionaux, la protection et l'entretien des biotopes et des paysages particulièrement beaux est mise en lien avec le développement économique. L'agriculture, le tourisme et l'industrie doivent bénéficier des atouts paysagers, tout en les ménageant. L'objectif est de trouver un équilibre harmonieux entre la conservation de la nature et le développement économique. La gestion du développement du parc est contrôlée par ses habitants. Ils sont par conséquent activement impliqués dans le processus. Les parcs contribuent à assurer l'autonomie économique, sociale et culturelle des communes et régions pour l'avenir. Les objectifs des parcs naturels régionaux sont les suivants :

- Conserver et améliorer la qualité de la nature et du paysage
- Renforcer les activités économiques durables
- Sensibiliser et formation de la population à l'environnement
- Assurer la gestion, la communication et la préservation du territoire

Le réseautage dans les différentes phases du projet

Le parc joue le rôle de plateforme et de moteur pour la mise en réseau des différents acteurs de la région, principalement les communes. Le management des parcs sont en contact avec les différents parcs helvétiques au travers du « Réseau des parcs suisses », participe aux l'échange d'expériences et aux actions marketing communes au niveau suisse.

L'initiation du projet par les communes et le soutien de leurs présidents respectifs ont été des critères déterminants dans la réussite de la création du parc. La population a été régulièrement informée de l'avancement du projet et tous les groupes ou individus intéressés ont été invités à participer à sa conception. Pendant la période de création, environ 120 personnes ont participé aux différents groupes de travail. Le parc a pu bénéficier d'une adhésion forte de la population en raison de cette forte participation.

En plus de la participation et de la communication, la réalisation de plusieurs projets a fortement contribué à l'ancrage du parc. Dans l'agriculture, un projet de réseau écologique comprenant environ 40 % de la superficie agricole du parc a pu être défini grâce à une étroite collaboration avec la vulgarisation agricole du canton. La promenade culturelle-culinaire au printemps et le marché d'automne à Ernen sont devenus des événements incontournables.

Le parc s'est rapidement profilé comme une « plate-forme collaborative » de la région, et est régulièrement utilisée par différents acteurs clés. Le tourisme a particulièrement profité de la présence accrue dans les médias lié au positionnement de la région en tant que « parc ». Le parc connaît ses premiers succès en terme de commercialisation des produits alimentaires. La grande variété d'activités culturelles proposées est particulièrement impressionnante. Elle véhicule auprès des indigènes comme des visiteurs l'image d'une région dynamique et passionnante.

Le 1^{er} janvier 2012 a marqué le début de la phase opérationnelle de 10 ans pour le parc naturel de la vallée de Binn. C'est le temps de la mise à l'épreuve. En effet, dans dix ans il sera évalué si le parc a pu créer une réelle valeur ajoutée pour les habitants, l'économie et l'agriculture. Alors, la population se prononcera sur la continuation ou la dissolution du parc.

5

Remerciements

Tous nos remerciements vont aux collaborateurs des projets dans le cadre des différents ateliers sur le thème des réseaux, aux responsables cantonaux et aux représentants des organisations

Annexe

Le tableau suivant répertorie un certain nombre de projets dans l'espace rural. Les points forts du « réseau » dans le projet y sont brièvement décrits :

	Projet Personne de contact E-Mail	Point forts du réseau
Argovie	LUB Adolf Rütli adolf.ruetti@lub.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Actif dans toute la Suisse • Parrainé par deux associations suisses <ul style="list-style-type: none"> – Union Suisse des Paysans (USP) – insieme Suisse • Expérience de plusieurs années et spécialisé dans l'accompagnement et l'encadrement de personnes handicapées mentales
Argovie Berne Soleure	Das Beste der Region Katrin Schmid katrin.schmid@vol.be.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Atteindre ensemble des objectifs que l'on ne peut réussir seul • Mise en réseau des acteurs au niveau régional et suprarégional : réseau des marchés régionaux des producteurs et des transformateurs de produits du terroir
Grisons	Prättigauer Alpspektakel Nadine Schneider c/o Prättigau Tourismus info@alpspektakel.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Du petit au grand spectacle • Expansion vers l'hôtellerie et le tourisme
	Scarnuz Grischun Jacqueline Baumer Müri info@scarnuz-grischun.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en réseau dans les milieux agricoles
Lucerne	Biosphäre Entlebuch Theo Schnider t.schnider@biosphaere.ch	<ul style="list-style-type: none"> • L'utilisation de différents réseaux est un travail de tous les jours, aussi au-delà des frontières du pays. L'emploi, en parallèle, des réseaux personnels va de soi.
	Hochstamm Seetal Simon Gisler gisler@hochstamm-seetal.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Relations publiques. • Conseil d'administration. • Porteurs de projet composés d'« amis des hautes-tiges ».
	Regiofair Zentralschweiz Andi Lieberherr andi.lieberherr@regiofair.ch	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en réseau dans le domaine des TI (commande en ligne) • Réseau logistique (achat/vente). • Vente et service client (vente par téléphone)
Valais	PRE Agro-Espace-Leuk-Raron Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG, Tamar Hosennen tamar.hosennen@rw-oberwallis.ch	<ul style="list-style-type: none"> • RW Oberwallis AG est fort dans le thématique réseau parce qu'elle : <ul style="list-style-type: none"> – fait la gestion du projet professionnelle et intègre activement les partenaires du projet ; – cherche et transmet des solutions interdisciplinaires et fonctionales (région d'apprentissage).

Source, littérature pertinent

Regiosuisse, 2009 : Feuille de résultats de la communauté du savoir-faire «Rôle, fonction et tâches des régions et des managers régionaux» : Johannes Heeb.
A. Kappler, 2006 : Beziehungen schaffen Netzwerke –Netzwerke schaffen Beziehungen, Hedingen CH
DLV 2006 : Deutscher Verband für Landschaftspflege (DVL) 2006 : Landschaft vermarkten – Leitfaden für eine naturverträgliche Regionalentwicklung, DVL Schriftreihe «Landschaft als Lebensraum», Heft 10.

