

INITIATIVE

BIENTÔT UNE FRICHE ARTISTIQUE ET SOLIDAIRE À BOURG-SAINT-AURICE



La commune de Bourg-Saint-Maurice lance un appel à projets pour l'installation d'une future résidence d'artistes. Située sur une friche au cœur du quartier des Alpains, la résidence s'intégrera à terme dans un tiers-lieu permettant de créer du lien entre les acteurs du territoire dans les domaines de la culture, de l'économie et de la formation. « Constituée de deux

bâtiments représentant environ 3 000 m², la friche artistique et solidaire répond à la volonté de la commune de développer et de structurer un écosystème culturel », ambitionne la municipalité. Tous les artistes, y compris des arts de la rue et du cirque, peuvent postuler. Le dossier de candidature est téléchargeable sur le site de la mairie : www.bourgsaintmaurice.fr

Les produits de montagne, une exception franco-italienne

Comment mieux valoriser les produits de montagne ? C'est la question que s'est posée pendant deux ans un groupe de travail de Maurienne, du Val d'Aoste et du Piémont, dans le cadre du programme européen Leader.

ALIMENTATION

Si la Maurienne regorge de produits authentiques et de haute qualité, les mettre en avant n'est jamais chose facile. Pour plancher sur le sujet, le Syndicat de Pays de Maurienne a rassemblé pendant deux ans élus, producteurs et techniciens autour de l'enjeu de valorisation des produits de montagne, dans le cadre d'un projet transfrontalier avec ses partenaires italiens du territoire Escartons e Valli Valdesi, qui couvre le Val d'Aoste et le Piémont. Le sémi-

naire de clôture, qui s'est déroulé du côté italien le 16 décembre dernier, a relevé que les deux régions ont tout à apprendre l'une de l'autre...

MENTION MONTAGNE. Côté italien, c'est la mention européenne « Montagne » qui prédomine. Peu usitée, voire totalement inconnue en France, elle peut offrir une visibilité supplémentaire au savoir-faire montagnard. « Il s'agit pour nous de la faire connaître auprès des producteurs, qui peuvent sim-

plement l'imprimer de chez eux et l'apposer sur leurs produits, avec une déclaration à la direction régionale de l'alimentation, développe Anne Castex, directrice du réseau Suaci (Service d'utilité agricole à compétence interdépartementale) Montagn'Alpes, qui rassemble les chambres d'agriculture Savoie Mont Blanc, Isère et Drôme. Quasiment la totalité des agriculteurs de montagne peuvent y prétendre, car le cahier des charges de cette mention est moins strict que celui des AOC, par exemple ». Cette mention souple couvre les territoires jusqu'à 30 km autour des zones de montagne, et concerne les produits d'abattage, comme ceux issus de la transformation.

FOIN CONTRE LAINE. Les discussions ont aussi mis en lumière le manque de foin des agriculteurs italiens, qui se fournissent en général du côté français. À l'inverse, les éleveurs français ont trouvé en Italie un industriel pour le lavage de la laine. Un partenariat a pu démarrer avec l'entreprise vestimentaire

Arpin, pour la valorisation de ce qui était considéré auparavant comme un déchet. Des deux côtés des Alpes, enfin, l'accent a été mis sur la nécessité de travailler sur les notions de productivité et de rentabilité, « pour structurer certaines filières, sans aller, bien sûr, jusqu'à parler d'industrialisation ! », nuance Anne Castex.

PANIER DE PRODUITS. Si la valorisation du lait et du fromage mauriennais, via notamment l'AOC beaufort, fascine du côté italien, d'autres produits mériteraient d'être mieux considérés. « Il nous faut travailler sur la diversification, avec des "paniers de montagne", par exemple », affirme Anne Castex. En ligne de mire : le miel, les liqueurs, les plantes aromatiques ou encore les confitures. « La viande d'agneau d'alpage pourrait aussi entrer dans ce processus, avec des consommateurs toujours plus demandeurs de bien-être animal et de respect de l'environnement. »

SENSIBILISATION. Par ailleurs, une enquête révèle qu'au-delà de la valorisation économique, les acteurs du territoire sont en quête d'une meilleure sensibilisation aux pratiques de l'agriculture en montagne. « Les producteurs vendent beaucoup en direct, sous signe de qualité, et n'ont généralement pas de mal à écouler leur stock, analyse Anne Castex. Ce qui leur manque, c'est de faire comprendre et respecter leur travail auprès du grand public ! » ●

VIRGINIE TRIN



FROMAGE. Les Italiens prennent l'AOC comme l'exemple parfait de la valorisation des produits en montagne.