

Une marque territoriale stimule le développement rural



21/01/2014

La région de Nitra est la première en Slovaquie à avoir choisi de soutenir financièrement elle-même la mise en œuvre de stratégies rurales intégrées de type LEADER. Avec succès, comme le prouve la réussite d'une marque territoriale pour les produits locaux.



Regroupant 354 villages (700 000 habitants), la région de Nitra dans le sud-ouest de la Slovaquie possède le climat le plus doux et l'agriculture la plus productive du pays. Entre 2006 et 2008, les autorités régionales ont créé les conditions propices à la mise en œuvre de stratégies de développement dans les microrégions rurales. Elles ont notamment organisé des formations, élargi l'offre d'emplois et effectué les préparatifs nécessaires au déploiement de stratégies de type LEADER. En plus des cinq groupes d'action locale LEADER (GAL) approuvés par l'UE, la Région a décidé de lancer un programme supplémentaire destiné à financer 15 autres partenariats entre les secteurs privé et public opérant en dehors des territoires couverts par LEADER. 116 projets ont été mis en œuvre dans les zones concernées.

Marque territoriale

Ce programme régional spécifique soutient un projet de marque territoriale consistant à certifier les produits locaux de qualité fabriqués dans les villages. La marque «Regionálny produkt PONITRIE®» (www.produktponitrie.sk) consacre ainsi la qualité, le respect de la culture et des traditions locales et des valeurs écologiques. Un réseau de producteurs et de prestataires de services locaux participent à la démarche.

Le projet rassemble trois groupes LEADER et trois partenariats du programme régional.

Adoptant une approche ascendante, les autorités régionales ont collaboré avec des représentants d'artisans et de producteurs de la région pour concevoir le cahier des charges.

La marque territoriale concerne un large éventail d'activités: la peinture sur toile, sur soie et sur verre; la reproduction d'armes contemporaines; la fabrication d'objets en céramique; la fabrication de costumes folkloriques miniatures; la sculpture sur bois, le macramé, la gravure et la décoration d'œufs de Pâques; la production de gâteaux au miel décorés; la culture du raisin et la viticulture; l'apiculture et ses produits dérivés (ex. bougies à la cire d'abeille); la production d'hydromel; l'élevage de bétail et de chevaux; la gestion d'un salon de thé; des installations d'agrotourisme; des services d'accueil et de conférence ainsi que l'organisation de camps d'été.

Certification

En décembre 2013, les utilisateurs de la marque territoriale se sont vu décerner les premières certifications. Parmi ces bénéficiaires, on compte une agence de voyages, des fabricants de produits artisanaux et alimentaires (graines de potiron, cire d'abeille,

hydromel, lait de chèvre et de vache), des artisans traditionnels (objets en bois, décorations céramiques, statues et bas-reliefs en bois, poupées en costume folklorique, peintures) et des fournisseurs d'hébergement.

En résumé, cette marque territoriale offre non seulement une réelle valeur ajoutée aux produits locaux de la région, mais stimule également l'économie locale en créant de nouveaux emplois et en établissant des contacts entre les individus et les groupes.

Regionálny produkt PONITRIE®

(Nitra, Slovaquie)

Contact: Martin Čaja

E-mail: martin.caja@unsk.sk

Site Web: www.produktponitrie.sk

