

**Résultats du séminaire « Dialogue ville-campagne »
Octobre 2009, Bad Reichenhall (Allemagne)
Organisé par l'Alliance des Alpes, l'Association « Ville des Alpes de l'année »
et le Secrétariat permanent de la Convention alpine**

Les considérations ci-dessous synthétisent les résultats de l'atelier et les présentations qui y ont été faites :

- Les villes et les zones rurales environnantes sont des espaces complémentaires qui, au travers de la coopération, sont en mesure de créer de la valeur ajoutée et une qualité nouvelle au profit des unes et des autres.
- Une vaste panoplie d'instruments est déjà disponible pour maximiser la coopération entre les villes et les zones rurales.
- Les structures juridiques sont porteuses de stabilité et renforcent la réalisation à long terme des objectifs.
- Les programmes spéciaux et les subventions assurent un essor supplémentaire et un surplus de valeur ajoutée.
- La connexion entre les différentes infrastructures est une base importante de coopération.
- Les projets communs et le développement de stratégies sont des points de départ nécessaires en vue d'une coopération à long terme et de solutions durables.
- La tendance en faveur de la « régionalité » stimule la coopération entre les villes et leurs environs.
- Les projets éducatifs communs jouent un rôle clé en matière de développement conjoint.
- Les secteurs de planification doivent être adaptés de manière à intégrer les deux espaces au sein d'une seule zone commune de planification (organisation financière horizontale).

Des exemples de coopération possible entre certains centres et leurs environs sont décrits ci-dessous :

- Exemple de mesure juridique : l'**agence de Tourisme d'Innsbruck**, qui regroupe 25 agences de tourisme de la région environnante en une seule association de plus grandes dimensions, augmentant ainsi la puissance et l'impact des campagnes de communication et de marketing. Ensemble, elles améliorent l'attractivité de toute la région en combinant les offres, avec un impact spécial sur les petites communes.
- Exemple de mesure organisationnelle la « **Osttirol Card** », qui regroupe différentes offres d'activités de loisirs et de transport en un paquet global (musées, piscines, chemins de fer de montagne, etc.). Cette initiative intéresse la ville de Lienz et 32 communes.
- Exemple de mesure stratégique : la « **Vision Rheintal** », qui établit un développement spatial commun dans la vallée du Rhin, en s'appuyant sur la planification des 29 communes de la vallée du Rhin en Vorarlberg pour consolider la planification spatiale de tout le Land. Ses principaux objectifs : connecter entre eux des « espaces libres », assurer un équilibre spatial global et, pour finir, mettre en place une région compacte au travers d'une connectivité fondée sur les synergies.
- Le parc naturel « **Tyroler Lech** » utilise des subventions pour renforcer la gestion des espaces protégés, principalement pour améliorer la communication et resserrer la coopération entre tous les partenaires afin de créer de la valeur ajoutée à partir des activités touristiques du parc naturel.
- La **région de Vorarlberg région a harmonisé les horaires de son système de transport public** et introduit une tarification unique pour toute la région, qui comprend 5 villes et 96 communes. Cette mesure constitue une forme optimale de connectivité et de mobilité pour les zones rurales et urbaines.
- Pour finir, différents événements sont mis à contribution pour donner de l'essor aux deux villes et aux communes environnantes. L'un d'eux est la « **Schubertiade** », qui se déroule dans la ville de Hohenems et qui prévoit l'implication du « Bregenzerwald » – une région offrant différentes options d'activités nocturnes et de loisirs.