



SETTEMBRE 2005

CAPIRE MEGLIO LE POSTE IN GIOCO DELLA CARTA EUROPEA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI DI QUALITÀ DELLA MONTAGNA



Norvegia



Francia



Romania



Italia

Troverete delle risposte alle seguenti domande :

- Perché una Carta europea sui prodotti di qualità della montagna ?
- Quale è l'obiettivo ?
- Quali sono le sue idee forti?
- Quali sono, secondo la Carta, i principi che devono rispettare i prodotti di qualità della montagna?
- Esiste un contesto europeo favorevole allo sviluppo della Carta?
- Quali sono i benefici per i firmatari della Carta?
- L'obiettivo finale di Euromontana, attraverso questa azione, si ferma all'impostazione della Carta?
- La futura identificazione dei prodotti conformi ad un capitolato d'onori sarà realizzata nel quadro di un approccio di marchio europeo privato o di label europeo ?
- Chi sono i firmatari?

Questa carta politica esprime la volontà europea dei suoi firmatari di caratterizzare, proteggere e promuovere i prodotti di qualità della montagna, onde contribuire allo sviluppo sostenibile delle economie e dei territori delle zone montane d'Europa.



Questa Carta e i suoi principi impegnano solo i suoi firmatari.

Perché una Carta europea sui prodotti di qualità della montagna ?

Si possono fare quattro constatazioni a partire dai diversi lavori di Euro-montana* sulle filiere agroalimentari delle aree montane :



1/ **L'agricoltura e l'agroalimentare hanno un ruolo cruciale** non solo per lo sviluppo economico e sociale delle zone montane, ma anche per «la preservazione e la promozione del patrimonio della montagna». Questo patrimonio è caratterizzato dalla ricchezza dell'ambiente montano, dalla diversità delle sue tradizioni, colture e paesaggi, e dalla tipicità delle sue costruzioni. L'attività del settore agricolo partecipa inoltre alla prevenzione delle catastrofi naturali e contribuisce alla qualità di vita delle popolazioni d'Europa.

2/ **Le zone montane d'Europa condividono alcune difficoltà** che derivano dalle particolari condizioni topografiche, pedoclimatiche e d'isolamento dai centri urbani e commerciali, che penalizzano la competitività delle produzioni agricole e agroalimentari di queste zone. La ricerca di valore aggiunto è cruciale per i prodotti.

3/ All'interno e tra gli Stati Membri circolano **alcuni prodotti alimentari fra cui troviamo delle identificazioni fraudolenti** come direttamente o indirettamente «prodotto della montagna ». Va deplorata l'assenza di definizione ai livelli nazionali o, quando esiste una definizione, la mancanza di omogeneità.

4/ Ogni utilizzo del termine « montagna » o di immagini relative alla montagna sui prodotti alimentari offre **una « promessa » al consumatore e questa deve essere rispettata**. In realtà, l'identità montana presenta un capitale di comunicazione molto positivo presso i consumatori; il dovere di ognuno è di garantire che quest'immagine non sia macchiata o compromessa.

* Vedi ultima pagina

Quale è l'obiettivo di questa Carta?

La presente Carta, relativa allo sviluppo sostenibile dei prodotti agricoli o agroalimentari di montagna, **è uno strumento destinato a :**

- favorire il mantenimento e lo sviluppo delle tradizioni, della cultura, del patrimonio, della qualità ambientale, della capacità di innovare, della qualità di vita e delle attività economiche delle regioni montane,
- contribuire durevolmente allo sviluppo economico e alla sistemazione territoriale in quelle regioni.



I firmatari considerano questa Carta come il Quadro Politico di Riferimento che definisce i principi fondamentali da favorire, difendere e promuovere. Vogliono operare affinché la Carta sia riconosciuta come sistema di riferimento comune in Europa per i prodotti agroalimentari di qualità della montagna e i loro valori per i produttori, i consumatori e la società.

Questa Carta risponde a **degli obiettivi di sviluppo economico e politico**, quali :

- una migliore identificazione dei prodotti di qualità della montagna sul mercato per evitare le contraffazioni pregiudizievoli per i produttori e consumatori, in particolare per quanto attiene all'utilizzo commerciale del termine « montagna », e per concorrere alla fissazione di un prezzo giusto per l'insieme dei partner delle filiere interessate ;
- il riconoscimento e la promozione su basi obiettive del ruolo degli agricoltori e delle aziende produttrici nelle zone montane d'Europa per il beneficio della società – e anche la difesa dei loro interessi.

Conseguentemente, la presente Carta **intende precisare :**

- le poste in gioco, per le regioni montane e per tutta la popolazione europea, dello sviluppo dei prodotti agroalimentari della montagna,
- i principi essenziali che caratterizzano i prodotti agroalimentari della montagna,
- il tipo di prodotti di qualità il cui sviluppo deve essere sostenuto,
- il tipo di progetti o approcci da promuovere.

« un sistema di riferimento comune in Europa per i prodotti agroalimentari di qualità della montagna e i loro valori per i produttori, i consumatori e la società »

Euromontana a deciso di agire sin d'ora a favore di questi prodotti delle regioni montane prima che la loro autenticità e le loro ricchezze umane si perdano.

Quali sono le idee forti della Carta?

Diverse nozioni, che fanno parte integrante della Carta, derivano sia dalle riflessioni sviluppate da Euromontana su questo tema dal 1999 che direttamente dalle conclusioni dello studio di Euromontana sui prodotti agroalimentari di qualità della montagna, realizzato tra il 2002 e il 2004 in 10 regioni montane d'Europa.



⇒ **La qualità dei prodotti non può essere dissociata dalla qualità dei territori** dove sono prodotti. Tramite la caratterizzazione delle condizioni di produzioni, la Carta vuole intervenire sulla qualità dei prodotti ma anche sull'integrazione armoniosa e l'impatto positivo di queste attività economiche nelle zone fragili. Conseguentemente, questa Carta che parla esplicitamente dei prodotti, ricerca una maggiore soddisfazione dei consumatori di questi prodotti ma anche delle popolazioni locali e dei turisti in quelle zone («consumatori» di territori).

⇒ **La qualità dei prodotti della montagna è anche legata alla gestione della produzione e trasformazione in equilibrio con le condizioni e risorse naturali montane locali.** Molto spesso la qualità dei prodotti della montagna viene principalmente associata ad una tradizione che rende unico il prodotto di una zona. Questa qualità «tradizionale» risponde evidentemente alla Carta, ma la sua identificazione e protezione a livello comunitario sono già inquadrate dal regolamento DOP* e IGP** (regolamento CE n°2081/92). Inoltre, questi due strumenti non sono sempre adattati ai diversi prodotti e/o imprese della montagna. Riconoscendo ugualmente la qualità legata ad un ambiente montano specifico, la Carta vuole promuovere alcune iniziative innovanti rispettose dello sviluppo e di un'attività sostenibili nelle zone montane, il cui prodotto offre soddisfazione al consumatore. La produzione non è eventualmente storica in questa zona.

* Denominazione di Origine Protetta

** Indicazione Geografica Protetta

« la Carta vuole promuovere delle iniziative innovative rispettose dello sviluppo ed un'attività sostenibile nelle zone montane »

⇒ **La produzione e l'insieme delle tappe di trasformazioni dei prodotti sono situati nelle zone montane e sono « legate » al territorio.** E' importante mantenere e sviluppare, nei territori montani, un'attività economica sostenibile affinché rimangano nella zona le ricadute economiche, sociali e d'immagine. Gli effetti trainanti che potranno derivare da queste attività agroalimentari e di comunicazione presso i consumatori devono essere di beneficio per le aree montane. Le delocalizzazioni di parte di queste attività in zone che presentano una maggiore redditività danneggiano il mantenimento del valore aggiunto nella zona montana. D'altra parte, per essere coerenti, e per rispettare i consumatori, un prodotto che rispetta la Carta deve essere prodotto e trasformato in montagna.



⇒ **Il prodotto della montagna può essere commercializzato a livello locale, regionale, nazionale e su scala europea.** La Carta non parla di circuito di distribuzione da privilegiare. La dimensione del mercato deve essere adattata alla strategia propria di ogni approccio ed ogni consumatore europeo deve potenzialmente poter comprare un prodotto della montagna, che abiti vicino e lontano dalla zona montana.

Quali sono, secondo questa Carta, i principi che devono rispettare i prodotti di qualità della montagna?

La Carta considera su cinque principi che possiamo riassumere come segue :

- 1/ La materia prima deve provenire da una zona montana ;
- 2/ La trasformazione deve essere realizzata in zona montana ;
- 3/ La produzione deve tener conto delle preoccupazioni locali legate allo sviluppo sostenibile;
- 4/ La produzione deve tentare di favorire il mantenimento della biodiversità e del patrimonio delle zone montane;
- 5/ I produttori devono poter garantire, in ogni momento, la trasparenza delle informazioni al consumatore.



Esiste un contesto europeo favorevole allo sviluppo di questa Carta ?

Sì,

Nel 2000, in occasione delle Assise europee della Montagna, tenutesi a Trento, uno dei punti della dichiarazione finale di Euromontana era « La qualità è la via chiave dello sviluppo delle zone montane europee ».



Nel 2002, il Consiglio dell'Europa presenta la raccomandazione 1575 (2002), che parla della creazione di un label di qualità per i prodotti alimentari dell'agricoltura di montagna.

Sempre nel 2002, in occasione della conferenza di Bruxelles sulle Politiche Comunitarie e le Montagne, il Commissario europeo per l'Agricoltura, Franz Fischler, disse che « occorre sviluppare il concetto di 'prodotti di qualità' nelle zone montane, onde accrescere la fiducia dei consumatori e sostenere il nostro settore primario».

Dal 2002 al 2004, è stato realizzato un progetto di ricerca sulla qualità dei prodotti agroalimentari di qualità della montagna, inquadrato da Euromontana, con 13 partner di 8 paesi europei.

Infine, la Francia, l'Italia e la Svizzera hanno deciso di adottare una legislazione per quanto attiene all'utilizzo del termine «montagna» per i prodotti agricoli ed alimentari. Altri paesi membri dovrebbero seguire.

« Firmando questa Carta, sarete informati dei suoi progressi politici, tecnici e pratici »

Quali sono i benefici per i firmatari della Carta ?

Difendere, promuovere oppure vivere dell'attività agricola e agroalimentare sostenibile nelle zone montane? In questo caso, firmare la Carta ha un senso per voi, che di un paese che ha già deliberato sui prodotti agroalimentari di montagna o meno.

Vista la libera circolazione dei prodotti alimentari e agricoli all'interno del mercato comune e considerando gli accordi con i paesi terzi europei, è effettivamente su scala europea che quest'azione è legittima. Il vuoto giuridico nonché le legislazioni non armonizzate tra gli Stati nuociono a questi prodotti sul proprio mercato nazionale e all'esportazione, e non favoriscono lo sviluppo coerente dei territori montani che spesso sono situati tra diversi paesi.

PAGE 7

Firmando la Carta, sarete invitati a partecipare agli eventi organizzati attorno alla Carta, e sarete informati dei suoi progressi politici, tecnici e pratici.

L'obiettivo finale di Euromontana, attraverso questa azione, si ferma all'impostazione della Carta ?

No, è solo una prima tappa. Per ora, questa è soltanto una Carta politica. Non potrà allo stato attuale essere direttamente utilizzata per la valorizzazione dei prodotti.

La montagna deve offrire uno spazio di diversità e dinamismo per gli uomini e le donne che vi vivono e lavorano, e per i turisti e cittadini che vi si avventurano. I prodotti agroalimentari di montagna devono riflettere l'immagine di questo spazio, cioè essere portatori dei suoi valori e delle sue ambizioni.

Questa Carta politica sui prodotti agroalimentari di qualità della montagna propone la concretizzazione di una prima tappa in questa direzione grazie alla firma delle istituzioni, governative o meno, nell'Europa geografica e anche su scala internazionale.

La Carta rappresenta, a breve e medio termine, uno strumento per il rafforzamento e la creazione di sinergie tra le strutture nazionali e gli approcci locali in Europa e questa deve essere al servizio della promozione dei prodotti della montagna, così come specificato nei suoi principi. La sua vocazione è quella di diventare un sistema di riferimento comune in Europa per i prodotti della montagna.

In seguito a questa Carta politica, si dovrà definire una declinazione «prodotti», che potrà apparentarsi con un «capitolato d'oneri», in stretta collaborazione con gli attori della filiera e i consumatori in Europa. Questo futuro documento preciserà quali sono le condizioni tecniche esatte per l'applicazione e l'accompagnamento del rispetto dei valori della Carta.

La futura identificazione dei prodotti conformi ad un capitolato d'oneri sarà realizzata nel quadro di un approccio di marchio europeo privato o di «label» comunitario ?

Le due possibilità devono essere approfondite e sviluppate con l'insieme dei beneficiari dell'approccio, dal produttore al consumatore, onde privilegiare la via più efficace. In ambedue i casi, la cosa essenziale sarà di trovare la struttura più credibile per i consumatori e più adatta ai bisogni e realtà delle imprese che vorranno utilizzarla per i loro prodotti, a prescindere dalla dimensione e status giuridico di quelle imprese (comprese le aziende agricole e artigianali).



« i prodotti agroalimentari della montagna devono riflettere l'immagine dello spazio montano, cioè essere portatori dei suoi valori e delle sue ambizioni »

PAGE 8

Chi sono i firmatari ?

Invitiamo a firmare questa Carta, tutte le persone morali di diritto pubblico o privato, che lavorano o intervengono nell'ambito dello sviluppo locale, dell'ambiente, della produzione agricola, trasformazione agroalimentare, distribuzione, commercializzazione o consumo, e che difendono gli interessi, come descritti nella Carta, delle zone montane.

Ciò detto, se una persona fisica vuole firmare la Carta, la invitiamo a contattare e convincere la propria organizzazione, il proprio sindacato o qualsiasi altra struttura ad aderire alla Carta collettivamente.

Questa Carta è sostenuta da Euromontana. Per ottenere ulteriori informazioni sulla Carta, e in particolare per ricevere la sua versione integrale, non esitate a prendere contatto con l'Associazione.

Come contattarci?

EUROMONTANA

Rue Philippe le Bon,46

B-1000 Bruxelles

BELGIO

Telefono: +32 (0)2 280 42 83

Posta elettronica: mountainproducts-europe@euromontana.org



Visitate il nostro sito:

www.mountainproducts-europe.org

Euromontana

EUROMONTANA è l'associazione europea multisettoriale per la cooperazione e lo sviluppo dei territori di montagna. Raggruppa organizzazioni nazionali e regionali di diversi paesi della Grande Europa: agenzie per lo sviluppo regionale, collettività territoriali, organizzazioni agricole, agenzie ambientali, organizzazioni forestali e istituti di ricerca.

La missione di Euromontana è di promuovere la montagna viva, lavorando per lo sviluppo globale e duraturo, così come per il miglioramento della qualità della vita. In questo senso, Euromontana facilita lo scambio di informazioni e di esperienze tra i territori di montagna tramite l'organizzazione di seminari e conferenze, la realizzazione di studi e progetti europei e tramite la collaborazione con le istituzioni europee sulle problematiche legate alla montagna.

Visitate Euromontana : www.euromontana.org.

