

# LE TRAVAIL D'EUROMONTANA SUR LES PRODUITS DE MONTAGNE DE QUALITÉ



Euromontana est l'association Européenne multisectorielle pour la coopération et le développement des territoires de montagne. La mission d'Euromontana est de promouvoir des montagnes vivantes en œuvrant pour le développement global et durable et l'amélioration de la qualité de vie.

Euromontana travaille depuis longtemps sur deux approches complémentaires pour maintenir et développer une économie et des activités agricoles viables dans les zones de montagnes, et ce de manière durable : par la reconnaissance et la valeur ajoutée des produits de montagne de qualité et par le soutien des biens publics (externalités positives), créés par l'agriculture de montagne.

<http://www.euromontana.org/Doc/TRENTOdecfin-EN.pdf>

*Le travail en parallèle d'Euromontana sur les externalités positives de la gestion de territoire de montagnes et les zones isolées est étendu ; il comprend un symposium international de première importance sur le sujet en qui a eu lieu en 2005 et une étude entreprise pour la FAO sous l'initiative globale de SARD M, remise en octobre 2007-12-21*

<http://www.fao.org/sard/common/ecg/3007/en/SARDMExternalitiesPoliciesMarketsEN.pdf>



L'approche des produits de montagnes est basée sur la reconnaissance de l'importance du rôle de l'agriculture dans la préservation et l'amélioration de l'héritage de montagnes, comme contribuant à la biodiversité et à la qualité de vie des populations Européennes. Le contexte économique actuel tend progressivement à marginaliser les régions de montagnes et leurs produits, qui, dans une logique purement économique, ont des difficultés à trouver leur place.

Les productions agricoles ont un surcoût en zones de montagnes et il est nécessaire d'identifier des stratégies de valorisation de ces produits pour couvrir les dépenses supplémentaires. Il est essentiel d'étudier le développement des produits de montagnes en termes d'innovation et de qualité, afin de répondre aux attentes des consommateurs.

Euromontana estime que le terme de "montagnes" a une image très positive parmi les consommateurs. C'est pourquoi en l'utilisation du mot « montagne » associé aux

produits correspond à une promesse faite aux consommateurs, qui ne doit pas être déçue. Cependant, dans la majorité des Etats-membres et des pays européens il n'y a pas à l'heure actuelle de définition pour « les produits de montagnes », et, là où des définitions existent, elles varient d'un pays à l'autre.

A l'heure actuelle, le travail d'Euromontana sur les produits de qualité comprend cinq principaux éléments :

- Etude Initiale sur la Qualité 1999- 2000 (DG Agri)
- Projet des produits de Montagnes de Qualité 2002-2004 (5<sup>th</sup> RDT FP)
- La Charte européenne des Produits de Montagnes de Qualité 2005
- Projet Interreg IIIC Euromountains.net 2004-2007
- Euro-MARC – Produits Agro-alimentaires des Montagnes en Europe, Producteurs et Consommateurs (6<sup>th</sup> RDT FP) 2007-10



## Etude Initiale sur la Qualité 1999-2000 (DG Agri)

Euromontana a commencé à travailler sur les produits de montagnes de qualité grâce au financement d'un groupe de travail par DG Agri entre 1999-2000. Trois séminaires organisés sur le thème se sont clôturés par la **2<sup>ème</sup> Convention des Montagnes en Europe** en 2000, organisée à Trento, en Italie avec le soutien de la DG Agriculture, la Province de Trento et le Ministère français de l'agriculture. La Convention a défini la qualité comme étant l'avantage comparatif du futur pour les zones de montagnes. Lors de la déclaration finale de la conférence, Euromontana s'est engagé à

initier, animer et la coordonner des programmes afin de creuser les conclusions de la convention.

*2<sup>ème</sup> Convention Européenne des Montagnes - Les montagnes, pionnières du développement durable: La qualité : avantage comparatif du futur. Rapport final incluant le résumé des séminaires préparatoires. 2000*

<http://www.euromontana.org/Doc/TRENTOdecfin-EN.pdf>



Equipe du projet



## Projet sur les Produits de Montagnes de Qualité 2002-2004 (5th RDT FP)

Suite à la Convention, Euromontana a établi un programme de recherche sur les produits de montagnes de qualité, réunissant 14 partenaires. Le projet de 2002-2004 a été financé dans le cadre du 5<sup>ème</sup> PCRD, Programme Cadre de Recherche et de Développement de la DG Recherche de la Commission Européenne.

Il a eu comme objectif de développer et de mettre à la disposition des acteurs et professionnels certains outils pour le développement des produits de montagnes.

Le projet comprenait 10 zones d'études, dans 8 pays Européens, de la Norvège à l'Italie, et de l'Ecosse à la Roumanie. Ces zones représentaient la grande diversité des montagnes européennes en termes de formation géographique et de climat. La première phase du projet a permis de collecter des données sur plus de 120 produits. La seconde phase a pris la forme d'études de cas sur 18 des produits étudiés préalablement. La législation concernant les produits a également été étudiée dans les 8 pays.

Le projet a élaboré deux stratégies principales pour le développement des produits de montagnes de qualité : 1) **produits uniques et une reconnaissance spécifique**, souvent sous une dénomination officielle, et 2) produits fabriqués dans des **conditions naturelles de montagnes et un environnement spécifique**. En outre, l'étude met en évidence que si la qualité de l'environnement de montagne est cruciale pour la qualité intrinsèque des produits, les pratiques agricoles dans ces zones à difficultés ont en plus des répercussions positives sur le territoire et sont nécessaires au maintien des races, des paysages, à la gestion et au maintien des ressources naturelles, etc. **La combinaison entre les qualités intrinsèque et extrinsèque permettent de créer cet ensemble de valeurs - la base pour une identité distinctive des produits de montagnes.**

Le principal facteur de succès pour les produits de montagnes de qualité semble être le lien étroit entre le produit et l'environnement de montagne, tel que les conditions naturelles, les productions extensives, les relations avec les communautés locales, la culture et l'histoire, certaines formes d'organisation de

(1) Both Departments of Savoie, Northern Alps (France); The Province of Turin, Western Alps (Italy); The Province of Trento, Eastern Alps (Italy); The Regions of Pindos and Cholomondas (Greece); The Eastern Carpathians (Rumania); Andalusia (three areas) (Spain); The Basque Country (Spain); The Region of Sogn (Norway); The Tatras Mountains (Poland); The Highlands of Scotland (United Kingdom)

production collective et les soutiens disponibles pour le développement de nouveaux projets.

L'enquête sur les réglementations révèle que les deux approches officielles nationales existantes à ce jour, la Française et l'Italienne, manquent d'homogénéité ; aucune politique n'a d'ailleurs été adoptée afin de superviser

l'utilisation du terme « montagne ». Rien n'existe non plus au niveau européen. C'est pour cette raison que le projet s'est fixé comme but d'identifier le dénominateur commun des caractéristiques pour les Produits de Montagnes de Qualité et d'établir des indicateurs clés pour une stratégie future.

<http://www.mountainproducts-europe.org/sites/Euromontana/quality/analysis.aspx>

## ● ● ● | La Charte européenne des Produits de Montagnes de Qualité 2005

Un des résultats concrets du projet de recherche a été l'élaboration de la Charte Européenne des produits de Montagnes de Qualité, dont le lancement officielle s'est déroulé au Parlement Européen en Décembre 2005.

Le niveau politique de la Charte répond à des objectifs de développement économique et politique suivants :

1) Une **meilleure identification de ces produits de montagnes de qualité sur le marché** dans le but d'éviter les contrefaçons préjudiciables aux producteurs et consommateurs, en particulier dans l'utilisation commerciale du terme « montagne », et de contribuer à atteindre un prix juste pour l'ensemble des partenaires dans des filières concernées.



*Cécile Levret et la Commissaire Mme Fischer Boel, présentation de la Charte européenne des Produits de Montagnes de Qualité*



*Frank Gaskell, Président d'Euromontana, Lancement de la Charte Européenne pour les produits de Montagnes de Qualité*

2) **La promotion et la reconnaissance, sur des bases objectives, du rôle des agriculteurs et des entreprises produisant en zones de montagnes en Europe aux bénéfiques de société**, et ainsi la défense de leurs intérêts.

Actuellement, la Charte rassemble 67 signataires de 12 pays, de gouvernements (France, Norvège, Roumanie) aux coopératives locales ou Membres du Parlement.

<http://www.mountainproducts-europe.org/sites/Euromontana/CHARTER/default.aspx>

Les cinq principes de la Charte :

- 1/ La matière première doit provenir d'une zone de montagne ;
- 2/ La transformation doit être réalisée en zone de montagne ;
- 3/ Les productions doivent prendre en compte les préoccupations locales liées au développement durable ;
- 4/ Les productions doivent rechercher à favoriser le maintien de la biodiversité et du patrimoine des zones de montagne ;
- 5/ Les producteurs doivent pouvoir garantir à tout moment la transparence des informations



## Euromountains.net Interreg IIC Projet 2004-2007

Dans le cadre du projet Interreg IIC Euro-mountain.net, coordonné par Euromontana, un des thèmes développés concernait le rôle des autorités territoriales dans le développement et la promotion des ressources et des productions de montagne de qualité. Ce thème visait à analyser l'intervention des autorités à cet égard.

21 études de cas dans six régions partenaires en Norvège, Italie, France et Espagne ont révélé qu'il n'y avait pas d'intervention spécifique aux zones de montagnes et que le niveau d'auto-financement n'était pas toujours un facteur clé. Les recommandations aux autorités territoriales concernant le soutien aux produits de montagnes de qualité se déclinent comme suit :

- Eviter d'avoir des sources de soutien négociables annuellement dans des projets pluri-annuels
- Besoin de capacité pour les autorités territoriales pour comprendre les projets, en particulier ceux présentés par les entreprises
- Contrôle de la mise en œuvre et du développement des projets
- Collaboration et définition claire des rôles entre partenaires financiers
- Adaptation du soutien selon l'état de développement du projet
- Nécessité pour les autorités territoriales d'accepter le risque d'échec et de communiquer en fonction de leurs objectifs.

<http://www.euromountains.net/theme2.html>



## Euro-MARC – Les produits agroalimentaires de montagnes en Europe, Distributeurs et Consommateurs. (GRDT FP) 2007-10

En février 2007 Euromontana a commencé un projet de recherche d'une durée de trois ans dans le cadre du 6<sup>ème</sup> PCRD de la DG Recherche, « Priorité 8 » pour le soutien Scientifique aux politiques. Le projet comprend 10 partenaires de 6 pays (Autriche, Ecosse, France, Norvège, Roumanie, Slovénie) sous la coordination générale d'Euromontana et sous la coordination scientifique de l'ENITA de Clermont-Ferrand.

Le projet Euro-MARC a comme principal objectif **d'évaluer la perception et l'intérêt des consommateurs européens pour les produits agroalimentaires de montagne de qualité** afin d'identifier des stratégies de valorisation de ces produits, condition sine qua none pour la survie et la gestion de la diversité biologique, rurale et culturelle des zones de montagnes.

Euro-MARC a l'intention de fournir une vision représentative des différentes approches des produits agroalimentaires de montagne rencontrées au sein de la filière, depuis les consommateurs utilisateurs finaux aux distributeurs, producteurs, exploitant et également les décideurs politiques devant se positionner

sur le développement montagnard. Cette évaluation identifiera les conditions multifactorielles de succès et d'échecs pour le développement durable des zones de montagne, de leur campagne « vivante » et de leur environnement sain.

Pour obtenir cette vue d'ensemble, les partenaires d'Euro-MARC mettent en place des enquêtes consommateurs, des analyses de chaînes de distribution, des entretiens avec des acteurs des filières agroalimentaires et des études de terrain sur des démarches locales concernant les produits agroalimentaires de montagne de qualité et le développement rural, à une échelle européenne large.

Les résultats de ce projet **préciseront les conditions d'application efficace de la Charte Européenne pour les Produits Agroalimentaires de Montagne de qualité, particulièrement pour les professionnels** en proposant des guides pratiques pour le développement, la promotion et la communication et probablement pour **les responsables politiques, par des recommandations relatives à une politique de labellisation, au niveau européen.**

[http://www.mountainproducts-europe.org/sites/Euromontana/EuroMARC\\_Project/Origins\\_and\\_methodology.aspx](http://www.mountainproducts-europe.org/sites/Euromontana/EuroMARC_Project/Origins_and_methodology.aspx)

Pour plus d'informations:

[www.mountainproducts-europe.org](http://www.mountainproducts-europe.org)  
[www.euromontana.org](http://www.euromontana.org)  
[www.euromountains.net](http://www.euromountains.net)