

# CARTA EUROPEA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE MONTAÑA DE CALIDAD

Original Versión: Francès

Considerando que los objetivos de los signatarios son la contribución al mantenimiento y al desarrollo sostenible de las actividades económicas viables en las zonas de montaña en Europa,

Considerando que estas actividades económicas tienen que apoyarse especialmente en una agricultura viable,

Considerando que la agricultura de montaña de tipo familiar, de pequeño o mediano tamaño está sometida a la presión de una competencia cada vez más difícil de soportar, en particular con la reforma de la PAC del año 2003, que las zonas con mayor dificultad se ven amenazadas por el abandono de la actividad agrícola y que, por consiguiente, la agricultura de montaña requiere discriminación positiva en las distintas políticas,

Considerando que es esencial, en particular en las regiones montañosas, la protección de la biodiversidad y la mejora de la calidad medioambiental, el mantenimiento de los espacios rurales y de los paisajes, la conservación y el desarrollo de las tradiciones locales, la cultura y el patrimonio colectivo específico a cada uno de estos territorios,

Considerando que las Pequeñas y Medianas Empresas transformadoras de productos agrícolas participan en el desarrollo sostenible de estas zonas de montaña,

Considerando que el futuro desarrollo de las zonas de montaña implica también la apropiación de los territorios y de las actividades por parte de las jóvenes generaciones, lo cual requiere creatividad, innovación y dinamismo,

Considerando que durante la conferencia de Bruselas sobre Políticas Comunitarias y Montaña, 2002, el Comisario Europeo de Agricultura, Franz Fischler mencionó en su intervención que *"hay que desarrollar el concepto de "productos de calidad" en las zonas de montaña, lo que permitirá aumentar la confianza de los consumidores y sostener nuestro sector primario"*,

Considerando la recomendación 1575 (2002) 11 del Consejo de Europa sobre la creación de una etiqueta de calidad para los productos alimentarios generados por la agricultura de montaña,

Considerando la declaración final de la Segunda Convención Europea de la Montaña celebrada en Trento en el año 2000,

Considerando las iniciativas de Francia e Italia en relación con el uso del término "montaña" para los productos agrícolas y alimentarios,

Considerando los resultados del estudio 2002-2004 sobre los productos de montaña de calidad realizado por Euromontana y 13 socios de 8 países de Europa en el marco del 5º Programa Marco de Investigación y Desarrollo de la Dirección General de Investigación de la Comisión Europea,

Considerando que las pequeñas explotaciones de las zonas poco pobladas, alejadas de los mercados y a menudo con infraestructuras de comunicaciones de baja calidad, tienen costes más elevados al lanzar por primera vez sus productos en los mercados<sup>1</sup>,

Considerando que la integración de una producción agrícola en una economía local es un factor de éxito para su desarrollo<sup>1</sup>,

Considerando que los productos de montaña de calidad pueden situarse en dos categorías<sup>1</sup>:

- o productos únicos o no reproducibles, principalmente debido a las razas o variedades específicas utilizadas y/o a un conocimiento tradicional exclusivo de una zona de producción determinada,
- o productos que presentan características particulares debido únicamente a su origen y al ambiente propio de la montaña,

Considerando que la mayoría de las características de los productos de montaña se ven influenciadas por las condiciones específicas de la montaña, que dependen por una parte de las características físicas de estas áreas (relieve, clima, etc.) y por otra parte de factores humanos, ya que los habitantes de los territorios de montaña han desarrollado conocimientos propios de su zona<sup>1</sup>,

Considerando que la identificación de los productos alimentarios con la montaña, de manera explícita (uso del término "montaña") o implícita (indicación geográfica referente a la montaña), tiene una incidencia sumamente positiva sobre los criterios de compra para los consumidores europeos<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Resultado del proyecto 2002 – 2004 sobre los productos de montaña de calidad, enmarcado por Euromontana con 13 socios de Europa (5º PMID – DG Investigación de la Comisión Europea)

Considerando que las estrategias de valorización de los productos de montaña tienen más posibilidades de éxito si integran o tienen en cuenta los siguientes aspectos<sup>1</sup>:

- o programas de investigación y de desarrollo y de sistemas de control de calidad en la zona de producción,
- o cooperativas, organizaciones y estructuras colectivas y asociativas en la zona de producción con responsabilidades compartidas por el conjunto de la cadena,
- o una identificación específica de la calidad del producto con su propia estructura oficial de certificación y de control de calidad o una Denominación de Origen Protegida (DOP)/ Indicación Geográfica Protegida (IGP) con su sistema de certificación,
- o los circuitos de comercialización mejor adaptados,

Considerando que los dispositivos oficiales existentes a nivel nacional y europeo para la identificación de la calidad y del origen de los productos no están siempre bien adaptados a la problemática específica de identificación de los productos de montaña de calidad<sup>1</sup>, y que todo futuro dispositivo europeo debe poder, llegado el caso, completar los dispositivos preexistentes.

Considerando que se reveló imprescindible para los procesos de valorización de los productos de montaña poder disponer de<sup>1</sup>:

- o apoyo económico por parte de la Unión Europea, de las autoridades nacionales y/o regionales, a la agricultura y a las actividades de producción en la zona de producción,
- o apoyo económico por parte de las autoridades regionales a las cooperativas o a las organizaciones y a las estructuras colectivas y asociativas o también pequeñas empresas locales,
- o apoyo por parte de las autoridades regionales o de las organizaciones profesionales agrícolas para la emergencia y creación de cooperativas y organizaciones o estructuras colectivas,
- o apoyo por parte de las autoridades de cara al acceso a los conocimientos, a la investigación y al desarrollo tecnológico.
- o reconocimiento financiero de los beneficios aportados a la totalidad de la sociedad.

Considerando la importancia del acceso a la información y del intercambio de experiencias acerca de los productos alimentarios, de su producción y de las estrategias de venta y comunicación entre zonas de montaña de diferentes macizos y países para el dinamismo y la innovación.

***Los signatarios de la presente carta se comprometen a respetar, defender, aplicar y promover en sus propias acciones los siguientes cinco principios:***

1- Los productos de montaña se fabrican a partir de materias primas producidas exclusivamente en una zona de montaña, siendo ésta la definida por los Estados y en su caso la validada por la Comisión Europea (por ejemplo, zonas de montaña identificadas por los Estados miembros en el marco del Reglamento CE 1257/99 o zonas de montaña que deben identificar los Estados miembros en el marco de la política regional europea post-2006), excepto para las materias primas que, por motivos naturales, no pueden producirse técnicamente en la montaña. Las producciones animales de montaña deben siempre demostrar al menos una relación con un territorio montañoso.

2- El conjunto de las etapas de transformación de los productos se sitúa en una zona de montaña siendo ésta la definida por los Estados y en su caso la validada por la Comisión Europea (por ejemplo, zonas de montaña identificadas por los Estados miembros en el marco del reglamento CE 1257/99 o zonas montañosas que deben identificar los Estados miembros en el marco de la política regional europea post-2006).

3- Las empresas y las explotaciones agrarias que transforman las materias primas agrícolas para elaborar productos de montaña están adaptadas a su entorno geográfico. Integran las preocupaciones ligadas al desarrollo sostenible. Así, los métodos de producción aplicados respetan el medioambiente y en particular la calidad del agua del territorio considerado, e integran asimismo los riesgos de erosión.

4- Las estructuras de producción y de transformación de productos alimentarios de montaña deben perseguir, a través de su actividad el mantenimiento de la diversidad biológica, la puesta en valor de los patrimonios genético y cultural de las zonas de montaña, el desarrollo de los conocimientos locales y la ordenación y mantenimiento del espacio rural y de los paisajes.

5- Las empresas y las explotaciones agrícolas que producen y/o transforman materias primas agrícolas para elaborar productos de montaña, deben garantizar la trazabilidad de sus productos. Con la finalidad de poder aportar con toda transparencia cualquier información relativa a las condiciones de preparación del producto (producción / transformación), de manera que se puedan satisfacer todas las demandas legítimas de los consumidores que quieran conocer todos los elementos que les permitan apreciar las características de montaña de los productos y los valores (transmitidos positivamente) de la agricultura de montaña.