

# CHARTRE EUROPEENNE DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES DE MONTAGNE DE QUALITE

Considérant que les objectifs des signataires sont de contribuer à maintenir et développer durablement des activités économiques viables dans les zones de montagne en Europe,

Considérant que ces activités économiques doivent en particulier s'appuyer sur une agriculture viable,

Considérant que l'agriculture de montagne, de type familial, de petite et de moyenne taille, est soumise à une pression concurrentielle de plus en plus difficile à supporter, notamment avec la réforme de la Politique Agricole Commune de 2003, que les zones les plus difficiles sont menacées d'abandon de l'activité agricole, et que par conséquent l'agriculture de montagne a besoin de discriminations positives dans les différentes politiques,

Considérant qu'il est essentiel, tout particulièrement dans les zones de montagne, de préserver la biodiversité et d'améliorer la qualité de l'environnement, d'entretenir les espaces ruraux et les paysages, de maintenir et de développer les traditions locales, la culture et le patrimoine collectif spécifique à chacun de ces territoires,

Considérant que les Très Petites Entreprises (TPE) et Petites et Moyennes Entreprises (PME) transformant les produits agricoles participent au développement durable de ces zones de montagne,

Considérant que le développement futur des zones de montagne passe également par l'appropriation des territoires et des activités par les jeunes générations nécessitant de la créativité, de l'innovation et du dynamisme,

Considérant lors de la conférence à Bruxelles sur les Politiques Communautaires et la Montagne, 2002, l'intervention du Commissaire Européen à l'Agriculture, Franz Fischler, mentionnant qu'il « faut développer le concept de « produits de qualité » dans les zones de montagne, ce qui permettra d'accroître la confiance des consommateurs et de soutenir notre secteur primaire »,

Considérant la recommandation 1575 (2002) du Conseil de l'Europe de création d'un label de qualité pour les produits alimentaires issus de l'agriculture de montagne,

Considérant la déclaration finale des 2èmes Assises Européennes de la montagne de Trento (2000),

Considérant les initiatives française et italienne relatives à l'utilisation du terme « montagne » pour les produits agricoles et alimentaires,

Considérant les résultats de l'étude 2002 – 2004 sur les produits agroalimentaires de montagne de qualité menée par Euromontana et 13 partenaires de 8 pays en Europe dans le cadre du 5<sup>ème</sup> Programme Cadre de Recherche et Développement de la Direction Générale de la Recherche de la Commission Européenne,

Considérant que les petites exploitations des zones peu peuplées, éloignées des places de marché avec souvent des infrastructures routières peu performantes ont des coûts lors de la première mise en marché plus élevés,<sup>1</sup>

Considérant que l'intégration d'une production agricole dans une économie locale est un facteur de succès pour son développement,<sup>1</sup>

Considérant que les produits de qualité de montagne peuvent être de deux types différents<sup>1</sup> :

- soit unique et non reproductible du fait notamment de races ou variétés spécifiques et / ou de savoir-faire traditionnel exclusif d'une zone de production délimitée,
- soit présentant des caractéristiques particulières du fait uniquement de leur environnement montagnard,

Considérant que la plupart des caractéristiques des produits de montagne sont influencées par les conditions particulières des territoires de montagne, dépendant, d'une part, des caractéristiques physiques des zones de montagne (relief, climat, etc.) et d'autre part, de facteurs humains, les habitants des zones de montagne ayant développé des savoir-faire propres à leur zone<sup>1</sup>,

Considérant que la référence des produits alimentaires à la montagne, de façon explicite (utilisation du terme « montagne ») ou implicite (indication géographique se référant à la montagne), a une incidence extrêmement positive sur l'acte d'achat des consommateurs européens<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Résultat du projet 2002 – 2004 sur les produits de montagne de qualité, encadré par Euromontana avec 13 partenaires en Europe (5<sup>ème</sup> PCRD – DG Recherche de la Commission Européenne)

Considérant que les stratégies de valorisation de produits de montagne ont d'autant plus de chance de réussir qu'elles intègrent ou prennent en compte<sup>1</sup> :

- des programmes de recherche et développement et des systèmes de contrôle de la qualité dans la zone de production,
- des coopératives, organisations et structures collectives et associatives dans la zone de production avec des responsabilités partagées sur l'ensemble de la filière,
- une identification particulière de la qualité du produit avec sa propre structure officielle de certification et de contrôle de la qualité ou une Appellation d'Origine Protégée (AOP)/ Indication Géographique Protégée (IGP) avec son système de certification,
- les circuits de commercialisation les plus adaptés.

Considérant que les dispositifs officiels existants aux niveaux nationaux et européen pour l'identification de la qualité et de l'origine des produits alimentaires ne sont pas toujours adaptés à la problématique spécifique d'identification des produits de montagne de qualité<sup>1</sup>, et que tout futur dispositif européen doit pouvoir, le cas échéant, compléter ces dispositifs préexistants,

Considérant qu'il s'est avéré indispensable pour les démarches de valorisation de produits de montagne, de pouvoir disposer<sup>1</sup> :

- d'un soutien économique de l'Union Européenne, des autorités nationales et/ou régionales pour l'agriculture et les activités de production primaire dans la zone de production,
- d'un soutien économique des autorités régionales pour les coopératives ou les organisations et structures collectives et associatives ou encore aux petites entreprises locales,
- d'un soutien des autorités régionales ou des organisations professionnelles agricoles dans l'émergence et la création de coopératives et d'organisations ou structures collectives,
- d'un soutien des autorités pour l'accès au savoir-faire, à la recherche et au développement technologique,
- d'une reconnaissance financière des bénéfices apportés à la société toute entière.

Considérant l'importance de l'accès à l'information et de l'échange d'expériences sur les produits alimentaires, leurs productions et les stratégies de vente et de communication entre zones de montagne de massifs et de pays différents pour le dynamisme et l'innovation.

***Les signataires de la présente charte s'engagent à respecter, à défendre et à promouvoir dans leurs actions propres les cinq principes suivants :***

1- Les produits de montagne sont fabriqués à partir de matières premières produites exclusivement dans une zone de montagne telle que définie par les Etats et validée par la Commission Européenne le cas échéant (ex. zones de montagne identifiées par les Etats membres dans le cadre du règlement CE 1257/99 ou zones de montagne à identifier par les Etats membres pour la politique régionale européenne post-2006) sauf pour les matières premières qui, pour des raisons naturelles, ne peuvent techniquement pas être produites en montagne. Les productions animales de montagne doivent toujours démontrer au moins un lien avec un territoire de montagne.

2- L'ensemble des étapes de transformation des produits est situé dans une zone de montagne telle que définie par les Etats et validée par la Commission Européenne le cas échéant (ex. zones de montagne identifiées par les Etats membres dans le cadre du règlement CE 1257/99 ou zones de montagne à identifier par les Etats membres pour la politique régionale européenne post-2006).

3- Les entreprises et les exploitations agricoles, transformant des matières premières agricoles pour en faire des produits de montagne sont adaptées à leur environnement géographique. Elles prennent en compte les préoccupations liées au développement durable. Entre autre les modes de production mis en œuvre sont respectueux de l'environnement en particulier de la qualité de l'eau présente dans le territoire considéré et intègrent les risques d'érosion.

4- Les structures de production et de transformation de produits alimentaires de montagne doivent rechercher dans leur activité à favoriser le maintien de la diversité biologique, la mise en valeur des patrimoines génétique et culturel des zones de montagne, le développement des savoir-faire locaux et l'entretien de l'espace rural et des paysages.

5- Les entreprises et les exploitations agricoles, produisant et/ ou transformant des matières premières agricoles pour des produits de montagne doivent assurer la traçabilité afin de pouvoir apporter de façon transparente toute information relative aux conditions d'élaboration du produit (production / transformation) de façon à répondre à l'attente légitime des consommateurs de connaître tous les éléments leur permettant d'apprécier les caractéristiques montagnardes des produits et les valeurs (transmises positivement) de l'agriculture de montagne.