



Produits alimentaires de montagne en Europe :
Consommateurs, distribution et démarches locales




FOOD QUALITY AND SAFETY
Programme européen
de recherche et développement



Conférence finale du projet EuroMARC

Le développement des produits de montagne de qualité : Consommation, production et distribution

03-04 décembre 2009
Maribor, Slovénie



Organisation: Université de Maribor, Faculté d'Agriculture et des Sciences de la vie (UM-FALS),
Euromontana

Université de Maribor, Slovénie

Langues: slovène, anglais, français, allemand

Information et inscription en ligne : www.mountainproducts-europe.org

Date limite d'inscription : 31 Octobre

L'entrée à la conférence est gratuite.

Une participation s'élevant à 40€ est demandée

pour pouvoir prendre part au programme de soirée du jeudi 3 décembre.



Information sur EuroMARC : www.mountainproducts-europe.org

Euromontana - Pl. du Champ de Mars 2, B-1050 Bruxelles, Belgique

Tel: 0032 (0) 2 280 42 83 - Fax: 0032 (0) 2 280 42 85 - Mountainproducts-europe@euromontana.org



Le développement des produits de montagne de qualité : Consommation, production et distribution

Les produits agroalimentaires de montagne de qualité jouent un rôle vital dans le développement durable des zones de montagne. Les différentes étapes de production amènent de la valeur ajoutée dans ces zones, et l'identité du territoire est renforcée car associées aux produits locaux et à leurs méthodes de production spécifiques. Malgré cela, peu de données sont disponibles sur le potentiel de développement des produits de montagne de qualité. Le projet EuroMARC vise à combler ces lacunes.

Le **projet EuroMARC** a comme principal objectif **d'évaluer la perception et l'intérêt des consommateurs européens et des distributeurs pour les produits agroalimentaires de montagne** afin d'identifier des stratégies de valorisation de ces produits, condition sine qua non pour la survie et la gestion des diversités biologique, rurale, culturelle et économique des zones de montagne.

10 équipes de 6 pays d'Europe sont impliquées dans ce projet de trois ans qui débuta en février 2007.

De façon à rendre les résultats scientifiques obtenus par EuroMARC directement accessibles aux acteurs des filières et aux décideurs politiques, le projet a produit :

- des **guides pratiques pour le développement, la promotion, la communication des produits** agroalimentaires de montagne, à destination de tous les professionnels des filières (de la production primaire à la distribution)
- des **recommandations sur les politiques favorisant le développement des produits agroalimentaire de montagne de qualité**, à l'intention des décideurs politiques au niveau locaux/régionaux, nationaux et européens.

Nous vous invitons à participer à la conférence finale d'EuroMARC et à discuter comment mettre en œuvre les guides pratiques et les recommandations politiques.

Informations complémentaires :

www.mountainproducts-europe.org

Ou bien en contactant Euromontana :

Pl. du Champ de Mars 2, B-1050 Bruxelles, Belgique

Tel : 0032 (0) 2 280 42 83

Fax : 0032 (0) 2 280 42 85

Marie.guitton@euromontana.org

PROGRAMME

JEUDI 3 DÉCEMBRE

08.30 Inscription – Accueil

Session d'ouverture

Modération : Andreja Borec, UM-FALS

9.30

Discours de bienvenue et d'introduction :

- ✓ Ivan Rozman, Recteur de l'Université de Maribor
- ✓ Joze Merkus, Maire de Hoče
- ✓ Secrétaire d'Etat du ministère de l'agriculture, de la forêt et de l'alimentation

Le contexte d'EuroMARC – présentation des guides pratiques et introduction au programme de la conférence. Marie Guittou, Euromontana (coordinatrice générale du projet EuroMARC)

Session 1 : En quoi les produits de montagne de qualité sont-ils spéciaux?

L'identité des produits agroalimentaires de montagne de qualité

Modération : Bernd Schuh, ÖIR

10.00

- ✓ *L'identité des produits de montagne à travers les perceptions des consommateurs. Comment les consommateurs perçoivent les produits de montagne.* SIFO
- ✓ *Les produits de montagne comme marqueur d'identité – les produits de Tavana Mare (Roumanie).* Jim Turnbull, directeur de la fondation ADEPT
- ✓ *L'identité des produits de montagne de qualité au long de la filière – point de vue des différents acteurs d'une filière. L'exemple de Bio vom Berg (Autriche).* Björn Rasmus, directeur de Bio vom Berg

10.40

Commentaires du panel d'experts du projet
Discussion avec le public

11.20

Pause café

Session 2 : Quelles stratégies de marketing pour les produits de montagne?

Modération : Virginie Amilien, SIFO

11.50

- ✓ *Points clés pour développer la distribution des produits de montagne de qualité.* SAC, Ecosse
- ✓ *Une filière intégrée : l'eau de Laqueuille (France)*
- ✓ *Les produits de montagne de qualité en tant que produits locaux : le Zgornjesavinjski želodec – viande séchée de la haute Savinja (Slovénie).* Joze Tlaker, Association of Zgornjesavinjski želoced producers

12.30

Commentaires du panel d'experts du projet
Discussion avec le public

13.10 Déjeuner

Session 3 : Comment le tourisme peut-il favoriser les produits de montagne de qualité – et *vice versa*?

Modération : Markus Schermer, UIBK

- 14.30**
- ✓ *Les opportunités offertes par le tourisme – introduction et cas rencontrés au cours du projet EuroMARC.* Markus Schermer, UIBK
 - ✓ *L'expérience de la mise en œuvre d'une route des fromages comme produit touristique en Slovénie.* Davorin Koren, chef du département d'agriculture, forêt et développement rural, Parc national du Triglav.
 - ✓ *Le marché paysan de Cairngorms dans le parc national de Cairngorms : le rôle du tourisme et de la distribution des produits alimentaires et autres produits (Ecosse).* Fiona Young, organisatrice du marché paysan de Cairngorms

15.10 Commentaires du panel d'experts du projet
Discussion avec le public

15.50 Pause café

Session 4 : Comment promouvoir les produits agroalimentaire de montagne de qualité ?

Modération : Martin Price, UHI

- 16.20**
- ✓ *Un label pour les produits de montagne ? conclusions comparatives du projet.* ENITA Clermont-Ferrand, France – UHI, Ecosse
 - ✓ *Exemple d'un label régional : le label Lactofarm de Sibiu (Roumanie).* Dumitru Rusu, manager marketing
 - ✓ *Les différentes stratégies de promotion des produits Björli (Norvège)*

17.00 Commentaires du panel d'experts du projet
Discussion avec le public

Conclusion de la journée

André Marcon, Président d'Euromontana

18.00 *Programme de soirée : visite de caves vinicoles de Maribor, dîner commun et programme culturel*

VENDREDI 4 DÉCEMBRE

Session 5: Quelles politiques peuvent le mieux soutenir et développer les produits agroalimentaires de montagne de qualité?

Modération : Philip Leat, SAC

- 9.00**
- ✓ *Leçons issues de l'analyse des politiques d'EuroMARC*
 - ✓ *Quel rôle jouent les initiatives collectives? Quelques conclusions sur les approches de type LEADER.*
 - ✓ *Contexte politique: l'évolution des politiques européennes de qualité des produits.*
Vincent Cordonnier, unité politique de qualité des produits agricoles, DG agriculture et développement rural, Commission Européenne
 - ✓ Les mentions suisses "produit de montagne" et "produit d'alpage".
 - ✓ *Conclusions d'EuroMARC : présentation des recommandations politiques.* Ancuta Pasca, Euromontana

10.30 **Pause café**

Session 6: Table ronde

Les produits agroalimentaires de montagne de qualité et les outils politiques

Modération : Olivier Beucheurie, ISARA Lyon

- 11.00**
- Comment les politiques favorisent le développement des produits de montagne de qualité et le succès de stratégies de marketing aux niveaux local, régional, national et européen ? Quels outils politiques faut-il mettre en œuvre ? Quelles mesures ?
- Discussion avec
- Rareș-Lucian NICULESCU, Député européen, Vice-Président de la commission Agriculture
 - Vincent Cordonnier, chef adjoint de l'unité politique de qualité des produits agricoles, DG agriculture et développement rural, Commission Européenne
 - Mira Kos-Skubic, secrétaire d'Etat pour la sécurité alimentaire de Ministère Slovène pour l'Agriculture, la Forêt et l'Alimentation
 - Alenka Lipuscek-Miklavcic, director of Planika dairy
 - Livia Dömölki, Association des consommateurs de Hongrie (OFE), membre du BEUC
 - Jean Gault, coordinateur du projet SARD-M, FAO

Conclusions

- 12.40**
- ✓ *Leçons tirées d'EuroMARC et futures recherches.* Georges Giraud, ENITA Clermont-Ferrand (Coordinateur scientifique)
 - ✓ Conclusion Ivan Rozman, recteur de l'Université de Maribor
 - ✓ Mot de la fin par André Marcon, président d'Euromontana

13.00 **Déjeuner**

Inscription en ligne : www.mountainproducts-europe.org et www.euromontana.org