

# Newsletter MQP

## Séminaire de consultation technique Produits alimentaires de montagne en Europe: Quels atouts et quelles stratégies”

**Turin, 12-13 Février 2004**

Le premier séminaire technique de consultation du projet sur les produits de montagne de qualité a été organisé les 12 et 13 février 2004.

Ce séminaire restreint, accueilli par la Province de Turin, a rassemblé 70 experts dans le domaine des produits de qualité ou du développement en montagne, de 12 pays européens.

Il a marqué une étape cruciale dans le projet, en apportant des

éléments nécessaires pour la réflexion sur des propositions concrètes et ciblées au niveau européen.

Les premiers résultats du projet, issus d'études de terrain réalisées pendant l'année 2003, ont été présentés et validés.

Puis, le séminaire a encouragé des contributions extérieures à travers la consultation de différents représentants professionnels, afin de mieux répondre aux 2 objectifs du projet :

1/ établir un système

d'information stratégique sur Internet, qui constitue un outil utile pour les professionnels des zones de montagne dans ce domaine,

2/ de promouvoir des propositions stratégiques pour le développement des produits alimentaires de montagne, auprès des responsables politiques et professionnels, aux niveaux européen, national et régional ou local. Ceci devrait inclure la constitution d'une Charte Européenne pour les produits de montagne.

Résultats du séminaire et étapes de la consultation :

*voir page 2*

### Résumé:

L'z objectifs du séminaire de Turin

La conférence finale de Cordoue

Caractéristiques et stratégies des produits de montagne

Les stratégies européennes ?

Système d'information sur Internet

L'étude de la FAO

Actualité

## Conférence internationale 24-26 Juin 2004 - Cordoue (Andalousie)

La conférence internationale intitulée “Développer – Promouvoir – Coopérer – Quels nouveaux outils européens pour les produits de montagne?” est organisée en partenariat avec la Région Andalousie et le Département de Cordoue.

Cette conférence est la dernière étape de consultation du projet et donne suite au séminaire préparatoire de Turin.

Durant cette conférence internationale, les résultats de l'étude menée dans 10 pays européens seront présentés en mettant en évidence les aspects suivants : les caractéristiques des produits de montagne, les stratégies existantes et les différents systèmes mis en place aux niveaux européens, national ou régional pour leur développement.

Au-delà du lancement d'un **Système d'Information Stratégique sur les Produits de Montagne (sur Internet)**, et de réflexions sur les développements possibles d'un tel site, la conférence représentera une opportunité unique de débattre sur des propositions de **recommandations au niveau européen** en terme de communication, promotion et valeur ajoutée des produits de montagne en Europe.



46, rue Philippe le Bon  
B-1000 Brussels  
Phone: + 32 2 280 42 83  
E-mail:  
quality.euromontana@skynet.be



## Caractéristiques des produits de montagne et stratégies existantes

Le séminaire a abordé la caractérisation des produits de montagne et l'analyse des stratégies existantes, sur la base des résultats des études de terrain. Ces sujets ont fait l'objet de 2 premiers ateliers.

Ainsi, les caractéristiques des produits de montagne ont pu être mises en évidence, et représentent un premier paramètre pour définir des objectifs et des priorités d'actions dans ce domaine.

En utilisant les analyses du comité de pilotage du projet, les discussions ont souligné l'importance de la distinction

de 2 différents types de produits de montagne: les uns "uniques" dans le sens où on ne les trouve pas ailleurs (produits de niches), et les autres qui se distinguent par leurs liens forts avec le territoire de montagne mais qui existent ailleurs (lait, viande ou fruits). Les 2 répondent en général à des stratégies locales différentes, mais reflètent un lien avec l'environnement et les paysages de montagne, et ont un impact important sur l'activité locale.

La perception de la "qualité" évolue auprès des consommateurs, mais

également dans les politiques (ex. réforme de la PAC). Ainsi la qualité des produits de montagne doit répondre aux attentes des consommateurs et pouvoir évoluer. Les liens avec les territoires sont cruciaux, comme le souligne les résultats de l'étude. Des produits qui ne seraient pas nés de l'environnement montagnard (ex. hors sol) ne sont pas des produits d'avenir pour la montagne.

Le contrôle est un aspect important de garantie à la fois pour le consommateur et le producteur, mais son coût doit être couvert par une plus-value du produit, faute de quoi des alternatives doivent être trouvées.

## Vers de nouvelles stratégies européennes ?

De façon à préparer des propositions ciblées et cohérentes pour les zones de montagne et leurs produits, qui seront présentées et discutées à la conférence de Cordoue en juin, 2 ateliers techniques ont travaillé sur des recommandations européennes.

Leur tâche a consisté à examiner 4 "options" stratégiques, et étudier leurs avantages et leurs inconvénients.

L'option "statu quo" (pas de stratégie européenne) a été éliminée rapidement dans les 2 groupes, justifiant la nécessité d'action. Les 3 autres options étaient :

- 1/ législative : développer les produits de montagne grâce à une protection législative et un statut particulier dans la législation européenne;
- 2/ une promotion collective et une multiplication des échanges : miser le développement des produits de montagne sur des stratégies commerciales et

de marketing au niveau européen; 3/ des mesures spécifiques de développement rural, conçues au niveau européen.

Bien entendu, les 2 ateliers ont conclu que les propositions de recommandations seraient nécessairement une combinaison judicieuse de certains aspects des 3 options. Un projet sera présenté à Cordoue.

**Pour plus d'information sur les rapports et interventions au séminaire de Turin:**

[www.euromontana.org/Turin1-fr.htm](http://www.euromontana.org/Turin1-fr.htm)

## Un système d'information stratégiques pour les produits de montagne ?

Le site web, opérationnel dès la fin du projet en sept. 2004, ne présentera pas seulement les résultats du projet (règlements européens et nationaux, facteurs de succès et d'échec des filières, caractéristiques des produits etc..) mais également d'autres informations utiles (contacts, liens etc..)

Les principales pages du site

seront accessibles dans toutes les langues du projet mais les résultats techniques, obtenus à partir d'une recherche approfondie, ne seraient d'abord que disponibles en anglais.

Ce site fournirait des informations pour les professionnels, les décideurs politiques, les agences de développement et les

chercheurs, dans le concept d'une "boîte à outils", pratiques et immédiatement utilisables.

Ce site aurait également vocation à faciliter les échanges d'expériences et la mise en réseau des acteurs dans ce domaine en Europe.



Bertil Sylvander, Directeur de recherche – INRA, Institut National de la Recherche Agronomique - France



Jan Douwe van der Ploeg, Directeur de recherche en sociologie rurale – Wageningen University – Pays bas



Alexia Baldascini, Lead consultant, Groupe montagne de la division Forestière, FAO



Interventions de Teresio Delfino, Vice Ministre – Ministère italien pour les politiques agricoles et Marie-lise Molinier, Chef d'Unité sur les signes de qualité et l'agriculture biologique – Ministère français de l'Agriculture. Session présidée par Marco Bellion, assesseur à la montagne et à l'agriculture de la Province de Turin.



Visite de l'initiative du "Panier" de la Province de Turin et échanges avec ses représentants.

## Le projet FAO sur les produits et activités de montagne regions

La pré-étude de 6 mois sur "Promouvoir et protéger les produits locaux comme moyen de développement pour les régions de montagne" a été mis en place sous la responsabilité de l'unité de coordination de l'année internationale des

montagnes de la FAO, qui appartient au service Forest Conservation, Research and Education Service (FORC).

Euromontana a été le partenaire européen de ce projet mondial, qui a rassemblé des instituts de 5 continents.

La réunion qui a eu lieu à Chambéry (France), en février dernier, avait pour objectif de présenter les résultats de l'étude et d'identifier des actions prioritaires de suivi et des possibilités de financement. Un projet à long terme devrait voir le jour.

## Evènements à venir :

- ✓ Projet "Débat montagne 2004" coordonné par l'Agence de Développement et Coopération de la Vallée d'Aoste (Italie)  
1<sup>er</sup> atelier : 23 avril 2002 – 2<sup>ème</sup> atelier sur les produits de montagne : 7 mai 2004 et le Séminaire final : 4 juin 2004
- ✓ Conférence finale de ce projet d'Euromontana (cf. première page) : 24 – 26 Juin 2004 à Cordoue - Andalousie
- ✓ Colloque conjoint Caseus Montanus/ Euromontana les 28 et 29 Octobre 2004 à Appenzell – Suisse
- ✓ Les IV Assises Européennes de la montagne – Euromontana les 25 et 26 Novembre 2004 à Rodez - France

## Les partenaires du projet

