



Comment mieux valoriser les produits agroalimentaires de montagne ?

Lancement de la Charte européenne des produits agroalimentaires de qualité

Le 18 octobre 2017, une centaine d'acteurs de la montagne venant de toute l'Europe s'est retrouvée à Bruxelles pour participer à une conférence sur « **Comment mieux valoriser les produits de montagne - Lancement de la Charte européenne des produits alimentaires de montagne** » organisée par Euromontana dans la représentation de la Région européenne Tyrol - Tyrol du Sud-Trentino à Bruxelles.

Euromontana a toujours considéré important d'aider à mieux valoriser les produits agro-alimentaires de montagne et, après des années de travail acharné pour introduire une mention facultative de qualité sur les produits de montagne, s'est félicitée en 2014 de l'adoption de l'acte délégué mettant en œuvre le règlement 1151/2012.

Trois ans après l'adoption de l'acte délégué définissant les modalités de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne, la conférence s'est intéressée à la mise en œuvre de cette législation par les États membres et à son adoption par les producteurs. Au-delà de la mention facultative de qualité, la conférence a présenté différentes possibilités afin de mieux valoriser les produits de montagne et de créer de la valeur ajoutée dans les zones de montagne.

OUVERTURE



Juanan Gutierrez

Le président d'Euromontana, Juanan Gutierrez, a expliqué pourquoi les produits de montagne sont importants dans l'agriculture européenne. Les zones de montagne couvrent 29% de la superficie de l'Europe et abritent 13% de la population de l'UE. Elles abritent 15% des zones agricoles utiles en Europe et possèdent 18% des exploitations agricoles. La production totale de l'agriculture de montagne est estimée à **23,4 milliards d'euros**, soit environ **8%** de la production agricole totale de l'UE. Comme les montagnes sont présentes dans **16 États membres**, elles représentent une **source importante de nourriture** pour

l'Europe, non seulement pour leurs habitants de montagne, mais aussi pour les habitants des plaines qui les visitent régulièrement ou achètent des produits de montagne en ligne ou dans leurs magasins locaux.

54% du chiffre d'affaires total des exploitations de montagne provient des activités d'élevage (secteur laitier et viande). Le reste provient de la production végétale. Les fermes de montagne sont en général plus petites que celles du reste de la campagne et sont un facteur de croissance en montagne, non seulement du fait de l'activité agricole mais aussi en raison de l'agritourisme, et de leur effet multiplicateur sur le reste de l'économie montagnarde. L'agriculture de montagne joue ainsi un rôle économique important.

En outre, l'agriculture de montagne joue un rôle clé dans le maintien d'externalités positives telles que la prévention des avalanches, l'érosion des risques, le maintien de la biodiversité ou l'abandon des terres. Par exemple, plus de 4 millions d'hectares d'agriculture dépendent de la transhumance.

Le président d'Euromontana a encouragé tous les participants à **devenir des ambassadeurs de la promotion de l'agriculture de montagne.**

Session 1 : Comment la mention facultative de qualité pour les « produits de montagne » peut-elle aider à mieux valoriser les produits de montagne ?

Cette première session modérée par Théo Gning, de la FNSEA, a mis l'accent sur la mention facultative de qualité pour les produits de montagne et comment cette nouvelle opportunité est utilisée par les producteurs et les Etats membres.



Marie Clotteau

Marie Clotteau, directrice d'Euromontana, a tout d'abord présenté l'état actuel de la mise en œuvre de la législation dans les différents États membres de l'UE sur la base d'une étude réalisée par Euromontana en 2016 et actualisée en 2017, qui donne un aperçu de la situation dans plusieurs États membres.

Après avoir rappelé les principaux éléments de la législation (règlement 1151/2012 et acte délégué 665/2014), Marie Clotteau a rappelé aux participants que chaque Etat membre doit notamment définir s'il souhaite utiliser ou non la dérogation possible pour la transformation des produits de montagne, comment il contrôlera l'utilisation de la mention facultative par les producteurs et si et comment il veut promouvoir davantage cette mention. Une comparaison entre le choix des différents États membres a été présentée. L'Autriche et la France ont décidé d'utiliser la dérogation de 30 km alors que l'Italie a réduit cette dérogation à 10 km pour les produits laitiers et la Roumanie n'a autorisé aucune dérogation. Les producteurs peuvent soit utiliser directement la mention facultative de qualité (Autriche, France) et en informer les autorités administratives (Italie), soit avoir besoin d'une autorisation préalable des autorités (Roumanie). ([VOIR LA PRÉSENTATION ICI](#)).

Cette mention facultative de qualité pour les produits de montagne est sensée être un outil pratique et facile pour les producteurs pour mieux valoriser la qualité de leurs produits. Deux producteurs, Alberto Pecorari, du Consortium du Parmigiano Reggiano, en Italie et Christophe Léger, Président du SUACI Montagn'Alpes, en France ont expliqué pourquoi cet outil les intéresse.

Alberto Pecorari, du Consortium du Parmigiano Reggiano en Italie, a présenté comment les producteurs ont décidé de faire une segmentation qualitative d'une AOP (Appellation d'Origine Protégée) bien connue. Le Parmigiano Reggiano est l'AOP la plus importante de montagne, en termes de volume. Il est produit en Italie entre les régions d'Émilie-Romagne et de Lombardie. Ce fameux fromage représente 15% de la production





Alberto Pecorari

de lait en Italie. 28% des laiteries (93/335 laiteries) se trouvent dans les zones de montagne et produisent 21% du fromage Parmigiano. Les producteurs des zones de montagne souhaitent ajouter de la valeur à leurs produits et utiliser la mention facultative de qualité pour promouvoir la qualité de leurs produits et pas seulement leur origine. Ainsi, en 2015, ils ont créé un consortium, pour lancer un projet volontaire afin de mieux concentrer leur

production sur les aspects montagneux. 40% (37/93) des laiteries de montagne participent à ce projet volontaire et ont décidé d'appliquer des conditions plus strictes que celles de la réglementation existante : tout le lait doit provenir des zones de montagne (pas de dérogation) et plus de 60% de la matière sèche pour l'alimentation des vaches doit provenir des zones de montagne.

Ce projet a été en mesure de fournir aux consommateurs une garantie supplémentaire concernant la qualité de leurs produits et a donné des revenus supplémentaires aux agriculteurs (entre 30 et 50 centimes par kg de fromage). Néanmoins, cette approche volontaire n'empêche pas les autres producteurs de montagne d'utiliser les conditions normales de la mention facultative de qualité : le consortium tente de tous les intégrer dans le projet volontaire afin d'éviter de tromper les consommateurs. ([VOIR LA PRÉSENTATION ICI](#)).



Christophe Léger

Dans les Alpes du Nord françaises, certaines AOP et IGP (Indications Géographiques Protégées) sont produites presque uniquement en zones de montagne : le Reblochon et le Beaufort sont deux des 8 exemples de montagne en Savoie. Les cahiers des charges de production sont très détaillés et l'accent est mis sur la qualité de la production et de la transformation de ces fromages. Ces producteurs ont réussi à obtenir des prix du lait deux fois plus élevés que le prix normal (de 300 à 800 € pour 1000 litres de lait) : cela reflète à la fois les coûts plus élevés en montagne (de 480 à 800 € par 1000 litres) et une habitude de longue date de mettre

l'accent sur la qualité pour tirer le meilleur parti de de cette agriculture de montagne extensive.

Certains producteurs des Alpes françaises ont choisi d'utiliser la dénomination 'produits de montagne', qui existe depuis 2000 en France. Avec l'adoption de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne au niveau européen, certains producteurs ont décidé d'utiliser à nouveau cette dénomination sous les nouvelles conditions européennes. Cette mention facultative de qualité pour les produits de montagne présente un potentiel élevé, selon Christophe Léger, président du Suaci Alpes, mais lorsque plusieurs produits utilisent déjà d'autres signes de qualité, il est plus difficile de voir la valeur ajoutée d'une telle mention. Le manque de communication spécifique autour de ce dispositif rend également difficile l'attractivité de cet outil pour les producteurs.

Mais dans certaines zones de montagne où il n'y a pas déjà plusieurs produits AOP / IGP, il serait intéressant de développer plus de produits de qualité, soit avec une meilleure valorisation de la filière laitière (avec du lait de montagne par exemple), soit de développer davantage un produit emblématique comme la « tomme de montagne » ou s'orienter vers une production bio. Sans aucune solution, dans les 3-5 prochaines années, tous les producteurs de lait de montagne sont menés à disparaître.

Ainsi, afin de tirer le meilleur parti de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne, Christophe Léger a recommandé aux producteurs de se **concentrer sur la qualité et de rechercher une plus-value dans leur chaîne d'approvisionnement** et de **communiquer sur cette valeur ajoutée**. Il a recommandé aux autorités nationales et européennes de développer une **mention facultative de qualité crédible, basée sur des contrôles, avec une meilleure reconnaissance de la contribution de**



l'agriculture de montagne (notamment la fourniture de services écosystémiques) et avec une **meilleure visibilité pour les consommateurs avec un logo européen unique**. ([VOIR LA PRÉSENTATION ICI](#)).

Martin Pazeller, directeur du département de l'agriculture de la région autonome de Bolzano/Bozen – Sud Tyrol, **Christian Jochum**, chambre autrichienne de l'agriculture et **Danut Gitan**, CEFIDEC, ministère roumain de l'agriculture et du développement rural ont été invités à échanger leurs points de vue lors d'une table ronde. La discussion avec ces trois représentants directement impliqués dans la mise en œuvre du programme dans leur pays a porté sur la manière de faciliter la mise en œuvre de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne, sur la manière d'établir des contrôles pertinents pour respecter la législation, sur les problèmes de communication et les difficultés rencontrées jusqu'à présent.

Sur les contrôles :

En Autriche, il y a eu beaucoup de difficultés à trouver une autorité qui était prête à prendre en charge le contrôle de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne. En fin de comptes, après plus d'une année de discussion, l'autorité d'inspection alimentaire est responsable. L'Autriche a développé une approche pragmatique des contrôles pour éviter de contrôler chaque ferme, mais a développé une approche groupée.



Martin Pazeller et Théo Gning

En effet, certains consultants agroalimentaires engagés par les régions d'Autriche - Bavière et Tyrol du Sud ont calculé que 2 têtes par hectare permettraient aux agriculteurs de satisfaire les 60% de matière sèche d'alimentation provenant d'une zone de montagne (telle que défini dans le règlement). Sur la base de la participation actuelle des agriculteurs au programme environnemental (pour être éligible, les agriculteurs doivent avoir un maximum de deux têtes par hectare de pâturages), ils ont établi que 95% des producteurs laitiers répondraient aux besoins alimentaires. Ce couplage semble être une opportunité intéressante pour réduire les coûts des contrôles.

Comme l'Italie vient d'adopter, en septembre, le décret autorisant l'utilisation de la mention facultative de qualité, les détails des contrôles seront présentés dans les mois à venir. Les régions participeront activement au recueil de la liste des producteurs utilisant la mention et à la mise en œuvre des contrôles.

En Roumanie, les producteurs doivent présenter certaines spécifications avant d'être autorisés à utiliser la mention facultative de qualité pour les produits de montagne. Il existe donc déjà des contrôles *ex-ante*. De plus, tous les producteurs sont répertoriés dans une base de données et peuvent être contrôlés davantage afin de s'assurer qu'ils respectent bien la législation. Si un producteur utilise frauduleusement la mention, il reçoit une amende et il lui est interdit d'utiliser la mention facultative de qualité pendant 3 ans.

Sur la communication :

Christian Jochum a souligné que la mise en place d'une législation n'assure pas le succès et le décollage de la mention. Il a préconisé d'avoir un logo privé en plus de la mention pour la rendre plus visible pour les consommateurs. Il a également présenté l'initiative privée entre l'Autriche, la Bavière et le Sud Tyrol pour avoir un logo pour les produits de montagne, mais aussi en tenant compte des particularités des régions.





Danut Gitan

La Roumanie a essayé de développer un logo national, mais la Commission européenne a informé le pays que, comme il n'y avait pas de spécification concernant un logo dans le règlement européen, les États membres restent libres de décider comment cette mention apparaît. Ainsi, à la fin, il n'y a qu'un logo privé « de la Munte » et il n'y a pas encore de logo officiel. Danut Gitan souhaiterait un logo européen pour donner plus de visibilité à cette nouvelle mention. Afin de communiquer davantage sur la mention facultative de qualité, plusieurs membres roumains d'Euromontana ont été impliqués dans le projet «

Une nouvelle PAC - Des montagnes d'opportunités » qui était une première tentative de sensibilisation à cette nouvelle législation. Maintenant que tout le processus est en place, différentes campagnes de communication et canaux ont été utilisés au niveau roumain, en particulier pour les agriculteurs dans les foires et dans les différentes régions montagneuses du pays. Au final, les réunions face à face semblent être le moyen le plus convaincant de présenter le programme aux agriculteurs.

Les principaux problèmes rencontrés :

En Autriche, un pays très montagneux, l'un des principaux défis est l'existence de noms fantaisistes, avec de belles images de montagne mais ne respectant absolument pas les critères de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne ou utilisant des mots proches des montagnes non protégés par le système européen.

Pour éviter les noms fantaisistes, il a été rappelé qu'il est interdit d'induire le consommateur en erreur. Ainsi, les acteurs de la chaîne d'approvisionnement peuvent effectuer un certain suivi et les consortia ou les producteurs peuvent écrire aux producteurs qui utilisent des noms fantaisistes pour leur rappeler la législation et les pénalités qui pourraient s'appliquer s'ils conservent leurs noms fantaisistes. C'est notamment le cas de l'association Porc Montagne en France qui éduque ainsi les autres producteurs afin d'éviter l'usage abusif de la mention.

Au Sud Tyrol, la principale barrière est liée aux produits principalement produits dans la région. Il existe trois principales activités en montagne : les pommes, le vin et les produits laitiers. Les vins ne sont pas vraiment associés aux zones de montagne dans la tête des consommateurs et les pommes utilisent déjà une IGP, ainsi la mention facultative de qualité pour les zones de montagne n'est pas le schéma le plus pertinent pour ces deux produits. Pour les produits laitiers, la région produit principalement des yaourts, qui ne figurent pas dans l'annexe I du traité dans les produits pouvant bénéficier de la mention facultative de qualité pour les zones de montagne. En conséquence, il faudrait modifier l'annexe du traité et cela implique une modification de la législation pour rendre ce système plus attrayant pour les agriculteurs de montagne de la région du Sud Tyrol. Cela explique pourquoi jusqu'à présent, le système de la mention facultative de qualité n'est pas utilisé dans le Sud Tyrol.

Malgré les difficultés rencontrées, les trois experts sont restés optimistes quant au potentiel offert par la mention facultative de qualité pour les produits de montagne. La segmentation du marché peut fonctionner pour des produits de qualité. Par exemple, pour le marché intérieur autrichien, le petit segment sur les pâturages alpins de juin à septembre représente une valeur ajoutée basée sur le principe des produits de montagne.



Christian Jochum



Session 2 : Comment encourager davantage la valorisation des produits de montagne ?

Au-delà de la mention facultative de qualité pour les produits de montagne, cette seconde session animée par Olivier Beucherie, Consultant en stratégies agroalimentaires, a porté sur la valorisation des produits de montagne, soit par différents acteurs ou chaînes d'approvisionnement, différentes stratégies marketing ou grâce aux acteurs politiques.



Enrico Calvo

Tout d'abord, Enrico Calvo, d'ERSAF, a présenté la **Charte européenne des Produits Agroalimentaires de Montagne de Qualité : l'initiative d'Euromontana pour aller plus loin.**

Les produits de montagne sont vraiment importants pour Euromontana. En 2005, le réseau a déjà lancé une Charte européenne des Produits Agroalimentaires de Montagne de Qualité. Plus de 10 ans et une nouvelle législation plus tard, Euromontana a décidé de promouvoir une version 2.0 de sa charte pour mieux valoriser encore les produits alimentaires de montagne, et plus spécifiquement pour stimuler le développement des montagnes et créer de la valeur ajoutée dans les zones de montagne grâce à **la protection des produits agroalimentaires de montagne de qualité, d'éviter toute tromperie du consommateur par l'utilisation abusive de la mention «montagne» et d'accroître la compétitivité des systèmes agricoles traditionnels de montagne.**

La Charte appelle notamment les Etats membres à mettre en œuvre la législation sur la mention facultative de qualité et à développer des procédures simples pour que les agriculteurs puissent utiliser ce nouvel outil tout en mettant en place des systèmes permettant de contrôler efficacement l'utilisation de la mention facultative de qualité en évitant une utilisation frauduleuse de la mention et à soutenir l'agriculture de montagne par différents moyens (notamment à travers les Programmes de Développement Rural). Elle appelle la Commission européenne et les Etats membres à renforcer le soutien pour la provision des services écosystémiques dans les zones de montagne avec le renforcement ou au moins le maintien des mesures de verdissement. Elle demande également à la Commission européenne d'élaborer un **agenda spécifique pour les zones de montagnes**, comme demandé par le Parlement européen, dans un rapport adopté en 2016 et écrit par la députée européenne Mme Iotova.

Plus de 560 personnes et organisations ont déjà signé la Charte et les participants ont été invité à soutenir cette initiative afin d'éveiller les consciences sur le sujet ([VOIR LA PRESENTATION ICI](#)).

Jean-Pierre Saint-Martin, Maitre cuisinier de France a donné des conseils aux producteurs sur comment **mieux utiliser les chefs afin de mieux valoriser les produits et afin que leurs produits arrivent sur les meilleures tables** : il a suggéré d'organiser des tours éducationnels afin de montrer et d'expliquer les produits et leur terroir aux chefs par des démonstrations et des visites d'exploitations, de sensibiliser les chefs aux différents produits, d'utiliser les réseaux sociaux pour présenter les produits et de se regrouper avec plusieurs producteurs afin de présenter différents produits à plusieurs chefs en même temps et d'inviter les chefs à développer des recettes emblématiques. Ensuite, il faut demander aux chefs de se concentrer sur quelques produits clés et de les présenter à chaque fois qu'ils sont invités à la TV ou à la radio afin de mieux les faire connaître au-delà de la région. C'est ce qui s'est passé avec le « porc noir de Bigorre », un porc particulier des Pyrénées qui avait presque disparu et qui est désormais très connu et apprécié.



Jean-Pierre Saint-Martin



Une meilleure explication des produits permet également de mieux partager la valeur ajoutée et de récompenser les efforts faits par les agriculteurs afin de fournir des produits de haute qualité. La saisonnalité des produits peut également être une force car elle montre l'histoire de la région et son patrimoine culturel et peuvent apporter de la valeur ajoutée au produit.



Thierry Percie Du Sert

Thierry Percie du Sert, d'ARPE OCCITANIE a expliqué comment la marque "parc" a été développée dans le Parc Naturel des Pyrénées Ariégeoises. Les produits « parc » doivent respecter des critères de qualité stricts pour refléter le territoire, les aspects humains et durables. Dans le parc naturel des Pyrénées ariégeoises, plus de 140 producteurs avec 9 produits alimentaires tous en zone de montagne, mais aussi du bois et un producteur d'arbres de Noël, sont labellisés avec cette marque "parc". Cette marque est devenue une véritable référence sur le marché local, y compris pour les habitants de la région. Le marketing est également fait sur la base des aspects montagnaux de la région. Un producteur "parc" pourrait répondre aux critères de la mention facultative de qualité. Ainsi, ce label privé a établi ses propres critères de qualité et représente une manière différente de promouvoir les produits de montagne.

Dilyana Slavova, membre du CESE et présidente de l'association des producteurs de lait de montagne bulgare a regretté que jusqu'à présent, peu de progrès ont été faits dans ce pays pour la mise en œuvre de la mention facultative de qualité. Malgré une première réunion organisée en septembre 2017, la Bulgarie est dans une attitude attentiste et regarde ce qui a été fait par les pays voisins avant de mettre en œuvre la législation elle-même. Mme Slavova a également appelé la Commission européenne à aller un pas plus loin et à développer **une marque commune avec un logo commun** afin de donner une meilleure visibilité à la mention facultative de qualité pour les produits de montagne.



Dilyana Slavova

Elle a insisté sur le besoin d'avoir suffisamment de budget pour la PAC dans le prochain CFP (cadre financier pluriannuel) et surtout d'avoir suffisamment **de mesures des PRD (Programmes de Développement Rural) pour les zones à contraintes naturelles**. L'attention doit plus se porter sur les zones de montagne et le travail fait dans le rapport parlementaire de Mme Iotova et l'intergroupe RUMRA va dans la bonne direction. La Bulgarie aura la présidence de l'UE début 2018, aussi, Mme Slavova essaye d'intégrer une priorité pour la montagne, avec en particulier, un atelier début mars sur les zones vulnérables.



Branka Tome

Branka Tome, chef d'unité adjointe, à la DG Agri, en charge des indications géographiques a rappelé que les produits de montagne sont la seule mention facultative de qualité, mais que c'est un schéma de qualité européen comme les AOC, les IGP et les STG (Spécialités traditionnelles garanties). Aussi, lorsque la législation européenne parle de soutien pour les produits de qualité, les produits de montagne sont automatiquement éligibles. De la même manière, les produits de montagne sont éligibles pour les **mesures d'information sur la PAC** (si les schémas de qualité sont sélectionnés) et peuvent être soutenus par la politique de promotion mise en œuvre depuis 2014. Le **programme de promotion** a des hausses importantes en 2018 pour les schémas de qualité et le prochain appel sera publié à la fin janvier ou début février pour une soumission en avril. De plus, les produits de montagne peuvent également être soutenus à travers les **Programmes de Développement Rural** puisque les schémas de qualité sont éligibles pour soutenir des activités de communication et d'information. Ainsi,



la représentante de la Commission européenne a encouragé les participants à utiliser ces différentes possibilités pour mieux valoriser les produits de montagne.

En ce qui concerne la question d'avoir un **logo européen**, elle a expliqué que la Commission n'a pas reçu de mandat du Conseil et du Parlement pour développer un logo et qu'en plus la mention facultative de qualité est censée être un schéma très simple pour que cela soit facile pour les producteurs de l'utiliser, ceci explique l'absence de logo au niveau européen.

Elle a également expliqué que même s'il y a des différences dans la mise en œuvre de la législation (notamment en ce qui concerne les dérogations ou non dans les différents pays), le **principe de la reconnaissance mutuelle** s'applique : si un produit satisfait la législation nationale, il sera automatiquement reconnu comme un produit de montagne dans tous les autres pays.

Enfin, comme la DG Agri devrait publier la Communication sur la PAC d'ici la fin novembre, Mme Tome a expliqué que des mesures telles que la **digitalisation et l'innovation**, la **simplification et la modernisation**, une **agriculture plus verte** et des mesures spécifiques pour la **gestion des risques** pourraient être particulièrement pertinentes pour les zones de montagne.



Michel Dantin

Michel Dantin, député européen, a alerté les participants sur le calendrier des prochaines discussions du CFP qui sera proposé en mai 2018 avec des élections du Parlement européen qui se dérouleront une année plus tard en juin 2019 et la nomination de la Commission en octobre 2019. Aussi, il n'est pas raisonnable de penser qu'il y aura un accord sur le budget avant 2022/2023. De plus, M. Dantin a recommandé d'avoir la mise en œuvre de la prochaine réforme de la PAC seulement lorsque les conséquences du

Brexit seront connues (notamment car la Grande Bretagne importe 2 millions de tonnes de viande par an et c'est important de savoir quel sera l'accord commercial entre l'UE et la Grande Bretagne). Plus particulièrement pour les produits de montagne, M. Dantin a encouragé le maintien de la politique de promotion et l'adoption de mesures de simplification qui pourraient vraiment simplifier la vie des agriculteurs et pas simplement la vie des autorités de gestion.

Pour conclure, Dominique Fayel, Vice-Président d'Euromontana a invité les participants à continuer leur travail pour soutenir la Charte européenne des Produits Agroalimentaires de Montagne de Qualité et de continuer à mieux valoriser les produits de montagne.



Dominique Fayel

Un cocktail de produits de montagne a suivi la conférence.

M. Herbert Dorfmann, député européen, a ouvert cette réception en expliquant aux participants que la mention facultative de qualité pour les produits de montagne était une opportunité à saisir pour les producteurs.



Herbert Dorfmann

Cocktail Produits de montagne

