

CARTA EUROPEA DEI PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ NELLE AREE MONTANE

Testo originale : Francese

Considerato che i firmatari hanno come obiettivo il mantenimento e lo sviluppo sostenibile di attività economiche vitali nelle aree di montagna in Europa,

Considerato che dette attività economiche devono poggiare in modo particolare su un'agricoltura vitale,

Considerato che le aziende agricole montane a conduzione familiare, di dimensione medio-piccola, vanno soggette ad una pressione concorrenziale sempre più insostenibile, in particolar modo in seguito alla nuova riforma della Politica Agricola Comune del 2003, che le aree più difficili sono minacciate dall'abbandono dell'attività agricola, e che di conseguenza l'agricoltura montana necessita di una discriminazione positiva nelle varie politiche,

Considerato che è essenziale, soprattutto nelle aree montane, preservare la biodiversità e migliorare la qualità dell'ambiente, provvedere alla manutenzione degli spazi rurali e dei paesaggi, mantenere e sviluppare le tradizioni locali, la cultura e il patrimonio collettivo specifico dei singoli territori,

Considerato che le Micro Aziende e le Piccole e Medie Imprese (PMI) addette alla trasformazione dei prodotti agricoli, partecipano allo sviluppo sostenibile delle aree di montagna,

Considerato che lo sviluppo futuro delle aree montane si sostanzia anche nell'appropriazione dei territori e delle attività da parte delle giovani generazioni che devono dimostrare creatività, innovazione e dinamismo,

Considerato che, in occasione della Conferenza di Bruxelles sulle politiche comunitarie e la montagna del 2002, il commissario europeo Franz Fischler ha sottolineato che "dobbiamo sviluppare il concetto di "prodotti di qualità" nelle aree montane, che possa accrescere la fiducia dei consumatori e supportare il settore primario",

Considerata la raccomandazione n. 1575/2002 del Consiglio d'Europa relativa alla creazione di un marchio di qualità per i prodotti alimentari derivanti dall'agricoltura di montagna,

Considerata la dichiarazione finale della *Seconda Assise Europea della Montagna* tenutasi a Trento nel 2000,

Considerate le iniziative promosse dalla Francia e dall'Italia relative all'utilizzo della menzione "di montagna" per i prodotti agricoli e alimentari,

Considerati i risultati dello studio 2002–2004 sui prodotti di qualità delle aree montane condotto da Euromontana e da 14 partner provenienti da 8 paesi europei nell'ambito del *V° Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo Tecnologico* promosso dalla Direzione Generale (DG) Ricerca della Commissione europea,

Considerato che le piccole aziende delle aree scarsamente popolate, lontane dalle piazze di mercato e spesso caratterizzate da infrastrutture stradali poco efficienti devono affrontare costi più elevati al momento della prima immissione sul mercato,¹

Considerato che l'integrazione di una produzione agricola in un'economia locale è un fattore di successo per il suo sviluppo,¹

Considerato che i prodotti di qualità nelle aree montane prevedono due diverse tipologie¹ :

- sono unici e non riproducibili, in particolare per via di razze o varietà specifiche e/o del *know-how* tradizionale esclusivo di un'area produttiva ben circoscritta,
- oppure presentano caratteristiche peculiari esclusivamente riconducibili alla loro provenienza montana,

Considerato che la maggior parte delle caratteristiche dei prodotti di montagna sono influenzate dalle condizioni peculiari dei territori montani, le quali dipendono, da un lato, dalle caratteristiche fisiche delle aree montane (rilievo, clima ecc.) e, dall'altro, da fattori umani, avendo gli abitanti delle zone di montagna sviluppato un *know-how* specifico alla propria area¹,

Considerato che l'identificazione alla montagna, tramite una menzione esplicita o implicita sui prodotti, ha un'incidenza estremamente positiva sui criteri di acquisto dei consumatori europei¹,

¹ Risultato del Progetto 2002–2004 sui prodotti di qualità nelle aree montane, diretto da Euromontana con la partecipazione di 13 partner europei (V° PQ RST promosso dalla DG Ricerca della Commissione europea)

Considerato che le strategie di valorizzazione dei prodotti montani hanno più probabilità di successo se integrano o tengono conto¹:

- o dei programmi di ricerca e sviluppo nonché dei sistemi di controllo della qualità nelle aree produttive,
- o delle cooperative, organizzazioni e strutture consortili ed associative nell'area di produzione essendo le responsabilità condivise dall'intera filiera produttiva,
- o di un'identificazione specifica della qualità del prodotto tramite un'apposita struttura ufficiale di certificazione e controllo della qualità o di una Denominazione di Origine Protetta (DOP)/ Indicazione Geografica Protetta (IGP) corredata da un apposito sistema di certificazione,
- o dei circuiti di commercializzazione più adatti.

Considerato che i dispositivi ufficiali in essere a livello nazionale ed europeo ai fini dell'identificazione della qualità e dell'origine dei prodotti agroalimentari non sempre sono adatti alle problematiche specifiche di identificazione dei prodotti di montagna di qualità¹, e che i futuri dispositivi europei, di qualsiasi natura essi siano, dovranno comunque integrare i dispositivi preesistenti,

Considerato che ai fini dei percorsi di valorizzazione dei prodotti di montagna è indispensabile poter disporre¹:

- o di un sostegno economico da parte dell'Unione europea, delle autorità nazionali e/o regionali responsabili dell'agricoltura e delle attività di produzione alimentare all'interno dell'area produttiva,
- o di un sostegno economico da parte degli enti regionali a favore delle cooperative, delle organizzazioni e delle strutture consortili, delle organizzazioni e delle strutture associative e delle piccole imprese locali,
- o del sostegno delle regioni o delle organizzazioni agricole per la promozione e la creazione di cooperative, organizzazioni e strutture consortili,
- o del sostegno delle autorità per poter accedere al *know-how*, alla ricerca e allo sviluppo tecnologico,
- o del riconoscimento finanziario delle ricadute positive sulla società nel suo complesso.

Considerata l'importanza dell'accesso all'informazione e dello scambio di esperienze relative ai prodotti alimentari, alla loro produzione e alle strategie di vendita e di comunicazione tra le aree montane di massicci e di paesi diversi, a sostegno anche del dinamismo e dell'innovazione.

I firmatari della presente Carta si impegnano a rispettare, difendere e promuovere nei loro interventi specifici i cinque seguenti principi:

1- I prodotti della montagna sono confezionati con materie prime prodotte esclusivamente in un'area montana preventivamente riconosciuta tale dagli Stati e omologata, se del caso, dalla Commissione europea (come ad esempio le zone di montagna individuate dagli Stati membri ai sensi del Regolamento (CE) N. 1257/99 o le aree montane che gli Stati membri dovranno definire ai fini della politica regionale europea post 2006), ad eccezione delle materie prime che non possono tecnicamente essere prodotte in montagna per ragioni naturali. Le produzioni animali di montagna devono dimostrare almeno un legame con il territorio montano.

2- Tutte le fasi di lavorazione dei prodotti sono circoscritte in una zona di montagna riconosciuta tale dagli Stati e omologata, se del caso, dalla Commissione europea (es. le zone di montagna individuate dagli Stati membri ai sensi del Regolamento (CE) N. 1257/99 o le aree montane che gli Stati membri dovranno definire ai fini della politica regionale europea post 2006).

3- Le imprese e le aziende che trasformano le materie prime per produrre prodotti di montagna, devono adattarsi al relativo ambiente geografico e devono tenere in considerazione gli aspetti legati allo sviluppo sostenibile. I metodi di produzione usati devono rispettare l'ambiente in particolare la qualità dell'acqua presente nel territorio in questione e tenere in considerazione i rischi di erosione.

4- Le strutture di produzione e di trasformazione dei prodotti alimentari di montagna devono incoraggiare, nell'esercizio delle loro attività, la conservazione del patrimonio biologico, genetico e culturale delle aree di montagna, lo sviluppo delle conoscenze tradizionali locali delle aree di montagna, la gestione delle aree rurali e dei paesaggi.

5- Le imprese e le aziende agricole che producono e/o trasformano le materie prime agricole destinate ai prodotti di montagna devono essere in grado di assicurare la tracciabilità al fine di fornire, in modo trasparente, informazioni esaurienti sulle condizioni di manipolazione del prodotto (produzione/lavorazione) in modo da rispondere alle legittime attese del consumatore. Quest'ultimo deve essere a conoscenza di tutti gli elementi che gli consentono di apprezzare le caratteristiche del prodotto di montagna ed i valori dell'agricoltura di montagna.