



ΕΚΘΕΣΕΙΣ 6 ΚΑΙ 7
ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ 3

OLK5-CT-2002-30276

ΟΡΕΙΝΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ:

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ *

Ισπανία



Νορβηγία



Arne Hjeltnes

Πολωνία



Γαλλία



* « Στρατηγική ενημέρωση για την ανάπτυξη αγροτικών προϊόντων ποιότητας στις ευρωπαϊκές ορεινές περιοχές»
Πέμπτο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την Ανάπτυξη – Γενική Διεύθυνση Έρευνα — Οκτώβριος, 2002—Σεπτέμβριος, 2004



Η **EUROMONTANA** είναι η ευρωπαϊκή πολυκλαδική ένωση για τη συνεργασία και την ανάπτυξη των ορεινών περιοχών. Περιλαμβάνει περιφερειακές και εθνικές οργανώσεις ορεινών περιοχών σε όλη την Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένων των γραφείων περιφερειακής ανάπτυξης, των τοπικών αρχών, των αγροτικών οργανώσεων, των περιβαλλοντικών ενώσεων, των δασικών οργανώσεων και των ινστιτούτων έρευνας.

Η αποστολή της Euromontana είναι να προωθήσει τη βελτίωση των συνθηκών στις ορεινές περιοχές, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την ποιότητα ζωής στις ορεινές περιοχές.

Προκειμένου να το καταφέρει, η Euromontana διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών ανάμεσα σε αυτές τις περιοχές διοργανώνοντας σεμινάρια και σημαντικές διασκέψεις, εκπονώντας μελέτες, αναλαμβάνοντας τη διαχείριση, αναπτύσσοντας, και συμμετέχοντας σε ευρωπαϊκά έργα και συνεργαζόμενη με τους ευρωπαϊκούς θεσμούς γύρω από τα θέματα των ορεινών περιοχών.

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

- Π.Ο.Π.: Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης – Κοινοτικός Προσδιορισμός για τα διατροφικά προϊόντα ποιότητας (EC 2081/92)
- Π.Γ.Ε.: Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη- Κοινοτικός Προσδιορισμός για τα διατροφικά προϊόντα ποιότητας (EC 2081/92)
- Ε.Π.Π.Ε.: Ειδικό παραδοσιακό προϊόν εγγυημένο - Κοινοτικός Προσδιορισμός για τα διατροφικά προϊόντα ποιότητας (EC 2082/92)
- Β.Κ.: Βιολογική καλλιέργεια – Κοινοτικός Προσδιορισμός για τα διατροφικά προϊόντα ποιότητας (EC 2092/91)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ ΣΤΟΥΣ

Frank Gaskell, Πρόεδρος Euromontana, Highlands and Island Enterprise

Τα μέλη της Διευθύνουσας Επιτροπής του έργου:

Manuel Arriaza Balmón, CIFA de Cordoba

Francisco Barea Barea, CIFA de Cordoba

Olivier Beucherie, ISARA-Lyon

Elena Di Bella, Province de Turin

Kevin Gruer, Highlands and Island Enterprise

Isabelle Guichard, SUAIA Pyrénées

Karl Georg Hoyer, Western Norway Research Institute

Clara Icaran, IKT

Gaëlle Lhermitte, Γενικό Γραμματέα, Euromontana

Emmanuel Mingasson, SUACI Alpes du Nord

Luis Navarro Garcia, CIFA de Sevilla

Pedro Ruiz Aviles, CIFA de Cordoba

Tiberiu Stef, Fundatia pentru Promovarea Agriculturii si Economiei Alimentare (FAER)

Gabriella Valler, Province de Trento

Monica Wszolek, KPPZ AR

Και

Cécile Levret, Project Manager, Euromontana

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΣΤΑ ΟΡΕΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Το διετές πρόγραμμα μελέτη της Euromontana αναλήφθηκε στα πλαίσια εταιρικής σχέσης με 13 οργανώσεις από 8 διαφορετικές ευρωπαϊκές χώρες. Σκοπός του ήταν να συλλέξει στρατηγικές πληροφορίες για την ανάπτυξη και εκμετάλλευση των ορεινών προϊόντων ποιότητας στις ευρωπαϊκές ορεινές περιοχές. Οι στρατηγικές αυτές πληροφορίες θα προσφέρουν τη βάση για προτάσεις σχετικά με μελλοντική δράση από την Euromontana με την υποστήριξη του σχεδίου Διευθύνουσα Επιτροπή. Οι προτάσεις αφορούν τόσο την πολιτική όσο και τη συνεργασία.

Προκειμένου να συλλεχθούν και να συνταχθούν οι πληροφορίες, αναπτύχθηκαν δύο είδη ερωτηματολογίων στις 10 διερευνηθείσες περιοχές με τη βοήθεια των περιφερειακών ινστιτούτων συνδέσμων. Τα συλλεχθέντα στοιχεία αναλύθηκαν στη συνέχεια από τη διευθύνουσα επιτροπή η οποία αποτελείται από εμπειρογνώμονες από οκτώ διαφορετικές χώρες.

1/ Δέκα Περιοχές Έρευνας

Η Μελέτη ασχολείται με την μεγάλη ποικιλομορφία των ευρωπαϊκών ορεινών περιοχών, από γεωλογική και κλιματική άποψη: και οι δύο νομοί Savoie στις βόρειες Άλπεις—Γαλλία, οι επαρχίες του Τορίνο και Trento, Δυτικές και Ανατολικές Άλπεις—Ιταλία, οι περιοχές της Πίνδου και του Χολομώντα—Ελλάδα, τα Δυτικά Καρπάθια—Ρουμανία, 3 ορεινές περιφέρειες της Ανταλουθίας και η Χώρα των Βάσκων —Ισπανία, η περιφέρεια Sogn—Νορβηγία, τα όρη Tatras—Πολωνία, η Άνω Σκοτία—Ηνωμένο Βασίλειο (Βλέπε επισυναπτόμενο χάρτη).

Οι ορισμοί που χρησιμοποιήθηκαν για τον εντοπισμό των ερευνηθείσων περιοχών είναι είτε οι ορισμοί που χρησιμοποιήθηκαν από τα κράτη μέλη σύμφωνα με τον κανονισμό CE n°1257/1999—ο οποίος προσδιορίζει κριτήρια για τον εντοπισμό των ορεινών περιοχών εντός του πλαισίου της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής—ή, απουσία τέτοιων ορισμών, εθνικοί ή περιφερειακοί ορισμοί.

2/ Τρία Θέματα Έρευνας

Η έρευνα ασχολήθηκε με τρία διαφορετικά θέματα:

Το Θέμα 1 ασχολήθηκε με τα εγγενή χαρακτηριστικά των ποιοτικών προϊόντων που προέρχονται από τις ορεινές περιοχές (π.χ. παραγωγή πρώτων υλών και/ή μέθοδοι επεξεργασίας, γεωγραφικές τοποθεσίες και η σχέση τους με προϊόντα). Συζητήθηκε επίσης και η σχέση ανάμεσα στα αγροτικά προϊόντα και την τοπική παράδοση.

Το Θέμα 2 αναφέρθηκε σε στρατηγικές για την ανάπτυξη των υπάρχουσων πρωτοβουλιών ποιότητας και προσεγγίσεις μάρκετινγκ για την ποικιλία των ορεινών προϊόντων. Η συλλογή πληροφοριών θα προσφέρει τη δυνατότητα ανάλυσης και σύγκρισης ανάμεσα σε επιτυχημένες και αποτυχημένες πρωτοβουλίες.

Το Θέμα 3 απευθύνθηκε στις πολιτικές και τις ρυθμίσεις που διέπουν τις πρωτοβουλίες εντοπισμού της ποιότητας σε ευρωπαϊκό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο (είδη διαθέσιμων χαρακτηριστικών γνωρισμάτων, συστήματα ελέγχου, κλπ.). Το συγκεκριμένο τμήμα της έρευνας θα παράσχει ένα επίκαιρο στιγμιότυπο σχετικά με την ποικιλία των υπάρχοντων επισήμων ή ιδιωτικών συστημάτων για την αναγνώριση των ποιοτικών προϊόντων στις διάφορες ευρωπαϊκές χώρες που εμπλέκονται στο έργο.

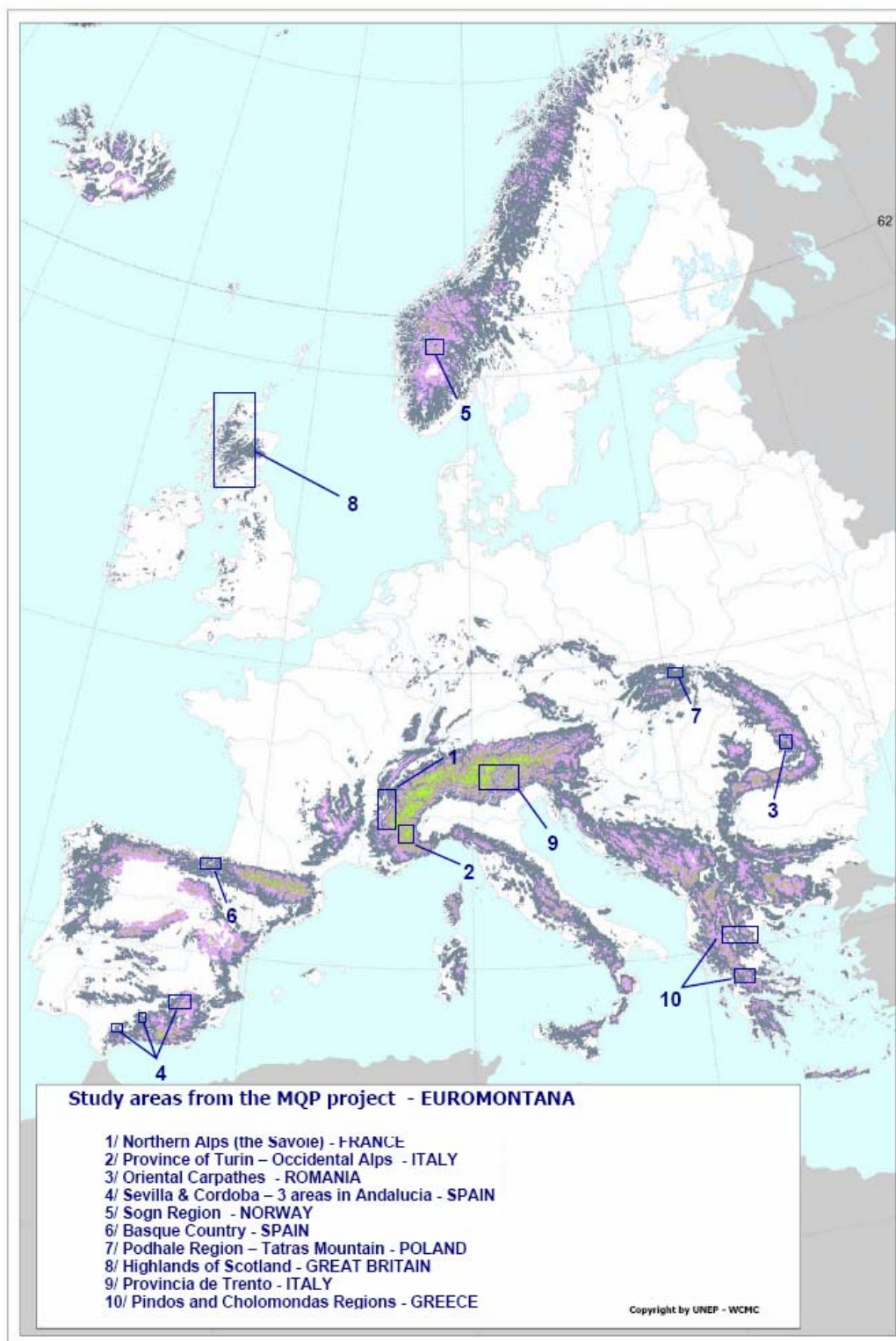
3/ Μελέτη σε Τρία Στάδια

Το πρώτο στάδιο επικεντρώθηκε σε πληροφορίες σχετικά με 122 προϊόντα από δέκα περιοχές. Τα προϊόντα αυτά είναι χαρακτηριστικά των ορεινών περιοχών εξαιτίας εννοιών που συμπεριλαμβάνουν την παράδοση, την κουλτούρα, την εκπροσώπηση των καταναλωτών και/ή τη μετρήσιμη επιρροή στην τοπική οικονομία και ανάπτυξη. Μια πρώτη ποσοτική ανάλυση διεξήχθη και για τα 122 προϊόντα, ενώ ακολούθησε ποιοτική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε από

ορισμένους από τους εμπειρογνώμονες της Διευθύνουσας Επιτροπής σε 97 από αυτά (βλέπε συνημμένη λίστα προϊόντων).

Το δεύτερο στάδιο έλαβε τη μορφή μελετών επισκόπησης σε 18 προϊόντα, εκ των οποίων 17 είχαν είδη μελετηθεί στο πλαίσιο του πρώτου σταδίου. Η επιλογή έγινε λαμβάνοντας υπόψη την αντιπροσωπευτικότητα, προκειμένου να καλύψει τα διάφορα είδη προϊόντων που εντοπίστηκαν από το πρώτο ερωτηματολόγιο (είδος σήμανσης, αλυσίδα προμηθειών, οργάνωση, κλπ.).

Τέλος, το τρίτο στάδια επικεντρώθηκε σε ρυθμίσεις, μέτρα και ποιοτικούς χαρακτηρισμούς που αναπτύχθηκαν σε κοινοτικό, εθνικό και/ή περιφερειακό επίπεδο, καθώς και με ιδιωτικές πρωτοβουλίες που αναλήφθηκαν προκειμένου να υποστηρίξουν τα ορεινά προϊόντα και/ή τα ποιοτικά διατροφικά προϊόντα γενικότερα.



ΣΥΝΟΨΙΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

A – ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΟΡΕΙΝΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η μελέτη παρατηρεί ότι τα προϊόντα διατροφής που ερευνήθηκαν στο πλαίσιο του έργου έχουν μια σειρά συγκεκριμένων χαρακτηριστικών τα οποία οφείλονται στις ορεινές και τοπικές συνθήκες που κυριαρχούν στις διάφορες περιοχές. Ο συνδυασμός των **εγγενών χαρακτηριστικών** (χαρακτηριστικά που αποδίδονται στα προϊόντα και είναι μετρήσιμα) ποικίλει ανάλογα με το προϊόν. Τέτοια παραδείγματα που αξίζουν να σημειωθούν είναι οι ιδιαίτερες γεύσεις, η πιο σφιχτή υφή και η ιδιαίτερη θεραπευτική αξία, καθώς και τα μειωμένα περιστατικά άγχους και ασθένειας.

Η πηγή της προφανούς πολυπλοκότητας και ποικιλομορφίας των εγγενών χαρακτηριστικών ποιότητας των ορεινών προϊόντων που αποκαλύπτεται από τη μελέτη είναι διπλή:

- **το ορεινό περιβάλλον και οι φυσικοί του πόροι**, με το διαφορετικό υψόμετρο, κλίμα και κλίση (εναλλαγή χαμηλής θερμοκρασίας και υψηλή περιεκτικότητα οξυγόνου στο νερό, η επίπτωση της εναλλαγής της θερμοκρασίας μεταξύ ημέρας και νύκτας, η πλούσια βλάστηση και η πυκνότητα των βοσκοτόπων, ο καθαρός αέρας, η πλούσια και ιδιαίτερη χλωρίδα, κλπ.). Τέτοιου είδους σχέσεις ήταν εμφανείς στο 80% των περιπτώσεων (η συλλογή περισσότερων τέτοιων επιστημονικών στοιχείων θα ήταν χρήσιμη). Και
- **η ανθρώπινη παραγωγή και οι πρακτικές επεξεργασίας** που είναι προσαρμοσμένες στις ορεινές συνθήκες και περιορισμούς (επιλογή κατάλληλων ράτσων και ποικιλιών που αντανακλούν τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις, εντατική χρήση της αγροτικής γης, τροφή με βάση τους τοπικούς φυσικούς πόρους, διαχείριση και αγροτικές πρακτικές που προσαρμόζονται στην εποχιακή αλλαγή, ποιμενική ζωή, παραδοσιακές μέθοδοι επεξεργασίας, χρήση τοπικών πόρων—συμπεριλαμβανομένης της ξυλείας—, κλπ.).

Οι σχέσεις ανάμεσα σε αυτές τις δύο πτυχές και τα προϊόντα φαίνεται ότι αποτελούν το νούμερο ένα παράγοντα επιτυχίας στην ανάπτυξη και πρόσθεση αξίας στα ορεινά προϊόντα.

Η έρευνα αποκαλύπτει επιπλέον ότι ενώ η εγγενής ποιότητα αποτελεί το κύριο σημείο εισόδου στο έργο, δεν είναι ωστόσο η μοναδική ποιοτική διάσταση την οποία τα ορεινά προϊόντα μπορούν—και μάλιστα πρέπει να—καλύπτουν. Οι αγροτικές πρακτικές σ' αυτά τα πιο σκληρά περιβάλλοντα έχουν θετικές επιπτώσεις στην περιοχή (όσον αφορά την πολυλειτουργικότητα). Αυτό σημαίνει ότι κατά πάσα πιθανότητα ο συνδυασμός των εξωγενών χαρακτηριστικών και της εγγενούς ποιότητας είναι αυτός που παράγει το σύνολο αξιών που προσφέρει τη βάση της «ορεινής» ταυτότητας.

B – ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ

Η πλειοψηφία (59%) των ερευνηθέντων προϊόντων προέρχονται αποκλειστικά και αποτελούν αντικείμενο επεξεργασίας των ορεινών περιοχών. Μόνο σε 8 από τα 122 προϊόντα (δηλ. 6%) η επεξεργασία γίνεται εκτός των ορεινών περιοχών ή από πρώτες ύλες που δεν προέρχονται από αυτές. Τέλος, το 35% των προϊόντων δείγματα παράγεται ή γίνεται αντικείμενο επεξεργασίας τόσο εντός όσο και εκτός των ορεινών περιοχών (είτε εξαιτίας του γεγονότος ότι κάποια από τα αγροκτήματα ή μονάδες επεξεργασίας μεμονωμένων προϊόντων βρίσκονται εκτός των ορεινών περιοχών, είτε εξαιτίας της εποχιακής μετακίνησης).

C – ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΧΕΙΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Η ανάλυση αποκαλύπτει δύο ευρείες κατηγορίες προϊόντων που αναζητούν διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό—κυρίως προϊόντα που δεν προέρχονται από τις ορεινές περιοχές:

- Προϊόντα τα οποία απευθύνονται στους καταναλωτές ως **“προϊόντα φυσικής παραγωγής σε ειδικό προστατευόμενο περιβάλλον”**, τα οποία συχνά είναι μη επεξεργασμένα ή ελαφρά επεξεργασμένα προϊόντα που κυκλοφορούν σε μια υψηλά ανταγωνιστική αγορά. Οι παράγοντες επιτυχίας σε αυτή την περίπτωση σχετίζονται με την ικανότητα αυτών που χειρίζονται και ελέγχουν το παραγωγικό σύστημα, την αποτελεσματικότητα των συστημάτων ποιοτικού ελέγχου, την κατάλληλη διαχείριση και το μάρκετινγκ.
- Προϊόντα τα οποία απευθύνονται στους καταναλωτές ως **“μοναδικά προϊόντα που απαιτούν συγκεκριμένη τεχνογνωσία την οποία μοιράζονται οι εμπλεκόμενοι στο παραγωγικό σύστημα σε μια περιορισμένη περιοχή παραγωγής”**, με βάση στρατηγικές μικρών προσοδοφόρων αγορών. Οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας συμπεριλαμβάνουν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προϊόντων που προκύπτουν από συγκεκριμένη τεχνογνωσία και την οργάνωση του παραγωγικού συστήματος σε συλλογικές δομές οι οποίες υποστηρίζουν τις βελτιώσεις που προκύπτουν από την έρευνα και την ανάπτυξη, τις τεχνικές συμβουλές, τον έλεγχο της ποιότητας και την προώθηση των προϊόντων.

Από την άλλη πλευρά, τα παρακάτω τρία κριτήρια εντοπίστηκαν ως συστηματικά παρόντα στα ερευνηθέντα προϊόντα και θεωρούνται βασικές συνιστώσες στην επιτυχία ανάπτυξης ορεινών σχημάτων:

- **τα γενικά χαρακτηριστικά** των προϊόντων και η «νομιμότητα» της παραγωγής τους στις ορεινές περιοχές (που σχετίζονται με περιβαλλοντικές και φυσικές συνθήκες, με την ιστορία και την παράδοση, με στενούς δεσμούς με κοινωνικά και πολιτιστικά στοιχεία παρασκευής, με πρακτικές που σχετίζονται με την εντατική χρήση των φυσικών πόρων).
- **η κινητοποίηση των εμπλεκόμενων να δημιουργήσουν όργανα** για να προωθήσουν τη γνώση και την τεχνογνωσία, να διευκολύνουν την ποιοτική διαχείριση, να ενώσουν και να παροτρύνουν τους αρμόδιους προκειμένου να ασχοληθούν με διάφορους τομείς όπως είναι η ποιότητα, η έρευνα, η εμπορική ανάπτυξη, η επικοινωνία, η διαφήμιση... ή η ανάπτυξη κοινοτικής κλίμακας συστημάτων πιστοποίησης. Αυτές οι αλυσίδες υποστήριξης, συχνά συντομότερες, τοποθετούν τους παραγωγούς και τους επεξεργαστές στο επίκεντρο της πρωτοβουλίας και του ελέγχου της και τους δημιουργούν κατά συνέπεια μια αίσθηση ευθύνης.
- **υποστήριξη και βοήθεια σε έργα** από δημόσιες αρχές—κυρίως στην ανάπτυξη και στην εκκίνηση—και με οικονομική υποστήριξη για συλλογικές οργανώσεις (υλικές και μη υλικές επενδύσεις) και τεχνική υποστήριξη με τη χρήση συγκεκριμένων σχημάτων.

Ενώ οι αγορές και οι αλυσίδες διανομής για αυτά τα προϊόντα ποικίλουν ως προς το μέγεθος, η συνεχόμενη κυριαρχία των σχετικά σύντομων αλυσίδων—που βασίζονται στην τοπική κατανάλωση, τις άμεσες πωλήσεις (διαχείριση ενός τουριστικού κύματος σε ορισμένες ορεινές περιοχές) και σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμα και η προσωπική κατανάλωση—είναι προφανής σε κάποιες χώρες. Τα ορεινά προϊόντα που διανέμονται σε εσωτερικές και διεθνείς αγορές πωλούνται κυρίως από συγκεκριμένες ιδιωτικές μάρκες ή προστατεύονται από επίσημες Κοινοτικές νομοθεσίες. Τα μικρά αγροκτήματα εξακολουθούν να εκπροσωπούνται ικανοποιητικά από τον αγροτικό κλάδο που αφορά τις ορεινές περιοχές.

Η συγκεκριμένη μελέτη κατέδειξε ότι δεν είναι δυνατόν να αντιμετωπιστεί το θέμα της ανάπτυξης των ορεινών προϊόντων διατροφής με μια και μόνο προσέγγιση. Οι συνθήκες ποικίλουν σημαντικά από την μια περιοχή στην άλλη.

D - ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ, ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Υπάρχει μια ευρεία εναλλαγή στην επικοινωνία μάρκετινγκ όσον αφορά τα προϊόντα διατροφής των ορεινών περιοχών.

Συνολικά, οι Κοινοτικές ονομασίες (P.D.O., P.G.I., O.F.) συγκριτικά υποεκπροσωπούνται, αλλά αυτό είναι κατά του ποικιλόμορφου υποβάθρου των ερευνηθείσων περιοχών και των παραγωγικών συστημάτων. Συνολικά, οι ποιοτικές επισημάνσεις βιολογικής καλλιέργειας πολύ λίγο χρησιμοποιούνται σε ορισμένες χώρες, παρά το γεγονός ότι κάποια προϊόντα θα μπορούσαν ενδεχομένως να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις πιστοποίησης. Ωστόσο, η ιδιωτική πιστοποίηση και οι σημάνσεις ομπρέλα που ίσχυαν σε περιφερειακό επίπεδο με τη στήριξη των τοπικών αρχών παρέχουν σημαντική υποστήριξη στα παραγωγικά συστήματα (σε θέματα όπως η προβολή, η επικοινωνία και μερικές φορές και οι στρατηγικές λιανεμπορίου). Τα σχήματα αυτά μερικές φορές αφορούν μεμονωμένες περιοχές και έχουν συγκριτικά σημαντικές δυνατότητες ενοποίησης.

Στην Πολωνία και τη Ρουμανία, όπου υπάρχουν δημόσια ή ιδιωτικά σχήματα εντοπισμού, είναι πολύ λίγα και πολλές φορές σχετίζονται με προϊόντα που πωλούνται χωρίς συσκευασία ως τμήμα μικρών αλυσίδων.

Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι εντός του δείγματος των μελετηθέντων προϊόντων, ενώ ο γενικός όρος «ορεινό» χρησιμοποιείται σπανίως, κάποιες περιοχές κάνουν έμμεση αναφορά στα όρη μέσα από τη σχέση τους με το ορεινό περιβάλλον.

E - ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΧΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΥΝΟΟΥΝ ΤΟΝ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟ ΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Δύο δημόσια σχήματα βρέθηκαν αντίστοιχα στη Γαλλία και την Ιταλία τα οποία αναζητούν να εντοπίσουν τα ορεινά προϊόντα. Ωστόσο, δεν είναι αρκετά ομοιογενή και δεν έχει υιοθετηθεί και επίσημη πολιτική ποιότητας που να ελέγχει τη χρήση του όρου «ορεινό». Δεν έχει αναπτυχθεί καμία πρωτοβουλία σε ευρωπαϊκό επίπεδο

ΣΤ - ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Είναι προφανές από τις επαφές με τις οργανώσεις καταναλωτών ότι μέχρι σήμερα δεν έχει διεξαχθεί καμία έρευνα για τα ορεινά προϊόντα ούτε σε εθνικό ούτε σε περιφερειακό επίπεδο. Παρόλα αυτά κάποιες από τις οργανώσεις καταναλωτών οι οποίες προσεγγίστηκαν από το ΒΕUC (το Ευρωπαϊκό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών) έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον να διερευνήσουν το θέμα περαιτέρω.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

A – Η ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΡΕΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Διεύθυνση: www.mountainproducts-europe.org

1/ Υπόβαθρο

Τα βουνά και τα αγροδιατροφικά τους προϊόντα προσελκύουν όλο και μεγαλύτερη προσοχή και στην Ευρώπη αναλαμβάνονται πολλά περιφερειακά, εθνικά ή τοπικά έργα, προσπάθειες έρευνας και μελέτες. Παρά το γεγονός ότι μεμονωμένα στις ορεινές περιοχές μπορεί να υπάρχουν δίκτυα και συντονισμένες πρωτοβουλίες, δυστυχώς υπάρχει έλλειψη ανταλλαγής πληροφοριών με άλλες σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

2/ Ιστοσελίδα και Χαρακτηρισμός Χρήστη

Οι διάφορες συζητήσεις που πραγματοποιήθηκαν στα πλαίσια του έργου δημιούργησαν το γενικό πλαίσιο για την ανάπτυξη αυτής της ιστοσελίδας που έχει ως σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και τη συνεργασία όσον αφορά τα διατροφικά προϊόντα των ορεινών περιοχών. **Οι στόχοι** είναι να ενθαρρυνθεί η πρωτοβουλία και η δημιουργικότητα των ανθρώπων που δρουν στις ορεινές περιοχές και να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα και η δυνατότητα χειρισμού των θεμάτων που είναι κοινά για τις ευρωπαϊκές ορεινές περιοχές. Για το σκοπό αυτό, έγινε **μια σειρά προτάσεων** που συμπεριλαμβάνουν:

- τη διάδοση των στοιχείων και αποτελεσμάτων του έργου σχετικά με τα προϊόντα ποιότητας των ορεινών περιοχών (αναφέρονται στην ιστοσελίδα, έργο 2002-2004).
- την πρόσβαση σε ένα ευρωπαϊκό δίκτυο εμπειρογνομώνων, επαγγελματιών, ερευνητών, τεχνικών και πολιτικών πρωταγωνιστών.
- τη διευκόλυνση και προώθηση της συνεργασίας εντοπίζοντας σχετικές διασκέψεις, σεμινάρια και εργαστήρια καθώς επίσης και περιφερειακά, εθνικά, ή ευρωπαϊκά σχέδια και καινοτόμα σχήματα.
- την παροχή πληροφοριών όσον αφορά την έρευνα και συγκεκριμένα περιφερειακά/τοπικά αγροδιατροφικά συστήματα παραγωγής και τη στενή τους σχέση με τις ορεινές περιοχές και περιβάλλοντα.

Παρά το γεγονός ότι η ιστοσελίδα στοχεύει κυρίως στους επαγγελματίες (επιστήμονες, ειδικοί ανάπτυξης, επιχειρηματίες και εκπρόσωποι μη κυβερνητικών οργανώσεων), πρόσβαση σε αυτή μπορούν να έχουν όλοι οι χρήστες του διαδικτύου.

B - Η ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΧΑΡΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΟΡΕΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

1/ Πλαίσιο

Μπορούν να διεξαχθούν διάφορα συμπεράσματα όσον αφορά τα προϊόντα των ορεινών περιοχών στην Ευρώπη:

1/ Η μεγάλη πλειοψηφία των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν διαθέτει έναν ορισμό για τα «ορεινά προϊόντα» και όπου υπάρχουν κάποιοι ορισμοί (Γαλλία και Ιταλία), δεν είναι σαφείς.

2/ Κατά κάποιο τρόπο, δίνεται μια υπόσχεση στους καταναλωτές κάθε φορά που χρησιμοποιείται ο όρος «ορεινό» για ένα προϊόν διατροφής. Οι προσδοκίες των καταναλωτών δεν πρέπει να διαψεύδονται, και πρόκειται για υψηλές προσδοκίες, αφού οι καταναλωτές έχουν μια ιδιαίτερα θετική απήχηση στον όρο «ορεινό».

3/ Οι ορεινές περιοχές που παράγουν προϊόντα διατροφής έχουν υψηλότερο κόστος και όσον αφορά την παραγωγή και όσον αφορά τη διανομή. Είναι λοιπόν σημαντικό, μέσα στο υπάρχον οικονομικό πλαίσιο, να δημιουργηθεί προστιθέμενη αξία για την ορεινή παραγωγή.

4/ Η γεωργία συμβάλλει στη διατήρηση και την ανάπτυξη του κληροδοτήματος των ορεινών περιοχών που έχει σχέση με τη βιολογία, το περιβάλλον, την κουλτούρα, το τοπίο, τις παραδόσεις, κλπ.

2/Σχέδιο για μια Πολιτική Ευρωπαϊκή Χάρτα για τα Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας

Στις αρχές των εργασιών και ως συμπλήρωμα στις έρευνές του, το έργο Διευθύνουσα Επιτροπή εξέφρασε την επιθυμία να εξεταστεί το ενδεχόμενο σχεδιασμού μιας Ευρωπαϊκής Χάρτας για τα Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας. Και βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, μια τέτοια χάρτα θα μπορούσε να προσφέρει ένα πολιτικό εργαλείο έτσι ώστε να οι διάφορες καταστάσεις στην Ευρώπη να έρθουν πιο κοντά και να δημιουργήσουν μεταξύ τους συνέργιες, και θα έπρεπε παράλληλα να βοηθά την ανάπτυξη των ορεινών προϊόντων σύμφωνα με τις αρχές που προσδιορίζει

Η συγκεκριμένη χάρτα δεν είναι χάρτα «προϊόν» και σε πρώτη φάση φιλοδοξεί να γίνει ένα σύστημα αναφοράς στην Ευρώπη για τα ορεινά προϊόντα και την αξία τους για τους παραγωγούς, καταναλωτές και κοινωνία.

Όταν παρουσιάστηκε στην Τελική Διάσκεψη στην Κόρδοβα τον Ιούνιο του 2004, η Χάρτα – και οι αρχές της – βρήκε την ομόφωνη υποστήριξη των συμμετεχόντων.

3/ Περιεχόμενο Χάρτας

Η Χάρτα περιλαμβάνει διάφορα τμήματα, όπως:

- προοίμιο,
- στόχους,
- αιτιολογικές σκέψεις,
- αρχές, των οποίων την υιοθέτηση έχει σκοπό να προωθήσει (πέντε αρχές),
- λίστα υπογραφόντων.

Οι πέντε βασικές αρχές είναι οι εξής:

1/ οι πρώτες ύλες πρέπει να προέρχονται από τις ορεινές περιοχές

2/ η επεξεργασία πρέπει να γίνεται στις ορεινές περιοχές

3/ η παραγωγή πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και σχετικές με την υγεία ανησυχίες

4/ η παραγωγή πρέπει να συμβάλλει στην προστασία και την ανάπτυξη της βιοποικιλίας και του κληροδοτήματος των ορεινών περιοχών.

5/ οι παραγωγοί πρέπει να παρέχουν διαβεβαιώσεις για απόλυτη διαφάνεια όσον αφορά την ενημέρωση του καταναλωτή.

Γ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1/ Προτάσεις πολιτικής

Σύμφωνα με την παρούσα μελέτη, το πρόγραμμα Διευθύνουσα Επιτροπή προτείνει:

- Έναρξη συζήτησης σε ευρωπαϊκό επίπεδο (συμπεριλαμβάνοντας τις χώρες μέλη και τις υποψήφιες προς ένταξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση χώρες, καθώς και την Ελβετία, τη Νορβηγία, κλπ.) για τον εντοπισμό και προώθηση των ορεινών προϊόντων με βάση τη συνάφεια και την ειλικρινή δέσμευση των εθνικών ή Κοινοτικών αρχών για την ανάπτυξη νομοθεσίας. Μακροπρόθεσμα, υπάρχει ανάγκη να θεωρηθεί η αναγνώριση σε Κοινοτικό επίπεδο του όρου «ορεινό» ξεχωριστή ονομασία που θα υποστηρίζεται από ένα πλαίσιο για τη βιώσιμη ανάπτυξη των ορεινών περιοχών.
- Επικοινωνία και υποστήριξη της «Ευρωπαϊκής Χάρτας για τα Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας», της οποίας ένα πρώτο σχέδιο υποβλήθηκε από τη Διευθύνουσα Επιτροπή και θα υποστηριχτεί από τη EuroMontana. Η ύπαρξη αυτής της πολιτικής Χάρτας θα πρέπει να διευκολύνει μια ευρωπαϊκή συζήτηση, να ενώσει τους επαγγελματίες γύρω από μια σειρά κοινών «ορεινών» αξιών και να οδηγήσει σε πολιτικές δεσμεύσεις σε διαφορετικά επίπεδα.
- Προσαρμογή, για τη δημιουργία μιας ευρωπαϊκής ρύθμισης της «Ευρωπαϊκής Χάρτας των Ορεινών Προϊόντων Ποιότητας» μέσα από μια χάρτα «προϊόν», που θα εφαρμόζεται δηλαδή από τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να δηλώνουν και να επιβεβαιώνουν μέσα από τα διατροφικά τους προϊόντα τη δέσμευσή τους και τις αξίες της πολιτικής χάρτας.

- Ενδυνάμωση της οικονομικής υποστήριξης στα ορεινά αγροκτήματα – επιχειρήσεις με σκοπό την υιοθέτηση επίσημων Κοινοτικών ονομασιών και προσπάθεια για πιο ομοιογενή πρόσβαση σε τέτοιου είδους ονομασίες ανάμεσα στα κράτη μέλη.
- Ενίσχυση της συγκεκριμένης υποστήριξης και επιτήρησης διαθέσιμης σε μικρά ορεινά αγροκτήματα και μονάδες παραγωγής προκειμένου να διευκολυνθεί η απαραίτητη σταδιακή τους προσαρμογή στην αλλαγή της νομοθεσίας για την παραγωγή τροφίμων και την επεξεργασία.
- Προώθηση και υποστήριξη ομοσπονδιακών σχεδίων από τους παραγωγούς των ορεινών περιοχών και των εταιρειών τροφίμων έχοντας ως διπλό στόχο το σχεδιασμό κοινών σχημάτων ανάπτυξης της ποιότητας και της διανομής καθώς και το να οργανωθούν μεταξύ τους προκειμένου να έχουν πρόσβαση σε επαρκές επίπεδο συμβουλών και επικοινωνίας.
- Ανάπτυξη και χρήση σχημάτων τόσο στα νέα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και στις υποψήφιες προς ένταξη χώρες προκειμένου να διατηρηθεί η μοναδικότητα των ορεινών περιοχών και βοσκοτόπων στα ισχύοντα επίπεδα εν όψει του σοβαρού κινδύνου που ελλοχεύει στη μετατροπή αυτών των οικονομιών σε αρχές της ελεύθερης αγοράς.

2/ Επιστημονικές και τεχνικές προτάσεις

Προκειμένου να υπάρξει εμβάθυνση στη μελέτη σχετικά με τα ορεινά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη η οποία ξεκίνησε ως τμήμα του παρόντος σχεδίου, η Διευθύνουσα Επιτροπή εντόπισε τα παρακάτω:

- Ενδυνάμωση της γνώσης σχετικά με τους «δεσμούς» ανάμεσα στις ορεινές συνθήκες και τα εγγενή χαρακτηριστικά των διατροφικών προϊόντων αυτών των περιοχών και επίσης σχετικά με τις σχέσεις ανάμεσα στα ορεινά προϊόντα και την περιοχή τους, ιδιαίτερα από την άποψη των «θετικών εξωτερικεύσεων» αυτών των προϊόντων όσον αφορά το τοπίο, την αγροτική οικονομία καθώς και τη διαφύλαξη της τεχνογνωσίας, της πολιτιστικής κληρονομιάς, των τοπικών εκτροφών, κλπ.
- Αντίληψη και ενδιαφέρον των Ευρωπαίων Καταναλωτών για τα ορεινά προϊόντα και την προοπτική εξέτασης διαφόρων τρόπων ενδεχόμενων ενοποιητικών στρατηγικών επικοινωνίας.
- Χαρακτηρισμός των ορεινών περιοχών σε Κοινοτικό επίπεδο, με την προϋπόθεση ότι θα είναι πιο σχετικός με τους καταναλωτές των ορεινών προϊόντων στην Ευρώπη από εκείνον που παρέχεται αυτή τη στιγμή (ρύθμιση CE 1257/99) και ασχολείται με το θέμα της αποζημίωσης εντός του πλαισίου των αγροτικών επιδοτήσεων.

Η Διευθύνουσα Επιτροπή ζητά επίσης:

- την επικέντρωση σε μερικές μελλοντικές προτεραιότητες του Κοινοτικού προγράμματος έρευνας πάνω στο συγκεκριμένο θέμα των ορεινών προϊόντων διατροφής προκειμένου να προωθηθεί η οικονομικά αειφόρος ανάπτυξη και μια ποιότητα ζωής σε αυτές τις περιοχές.

Προτάσεις όσον αφορά τη συνεργασία και ανταλλαγή

Λεδομένης της σημασίας του ανοικτού πνεύματος και της ανταλλαγής μεταξύ των επαγγελματιών όταν πρόκειται για την προώθηση της πολιτικής των ιδιωτικών πρωτοβουλιών που αφορούν τα ορεινά προϊόντα, η Διευθύνουσα Επιτροπή προτείνει:

- τη διευκόλυνση και υποστήριξη ενός ενιαίου δικτύου ενημέρωσης μέσω διαδικτύου, εργαλείο το οποίο αναπτύχθηκε από τη Euromontana και διάδοση των πιο πρόσφατων νέων σχετικά με διάφορες πολιτικές παραγωγής ορεινών προϊόντων, εκδηλώσεις και επιστήμη στην Ευρώπη.

- υποστήριξη της διάδοσης των πληροφοριών σχετικά με τα ορεινά προϊόντα σε όσο το δυνατόν περισσότερες γλώσσες των χωρών που έχουν ορεινές ζώνες ώστε οι πληροφορίες να είναι απευθείας διαθέσιμες στις ορεινές (ιδιαίτερα στην ιστοσελίδα της Euromontana για τα ορεινά προϊόντα);
- ενθάρρυνση και προώθηση της οργάνωσης επιστημονικών και τεχνικών συνάξεων των επαγγελματιών στην Ευρώπη, που θα θίγουν συγκεκριμένα ζητήματα σχετικά με τα ορεινά διατροφικά προϊόντα.
- ενθάρρυνση και εύνοια για τη διεξαγωγή επισκέψεων μελέτης και θεματικές ανταλλαγές από τους επαγγελματίες στις ευρωπαϊκές ορεινές ζώνες καθώς επίσης και ανάπτυξη οικονομικών πλαισίων για την προετοιμασία τους. Τα θέματα θα πρέπει να επικεντρώνονται στο σύνολο της διατροφικής αλυσίδας (από την παραγωγή στο εμπόριο) και σε όλους τους επαγγελματίες από την αλυσίδα προμήθειας.

Δ - ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

Η συλλογή στοιχείων και οι αναλύσεις που διεξάγονται μέσα στο πλαίσιο του προγράμματος οδηγούν στις εξής δημοσιεύσεις:

- Ορεινά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη: Μελέτες σκοπιμότητας που περιγράφουν 18 πρωτοβουλίες μέσα στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού σχεδίου – Αγγλικά – Έκθεση 4 – Δημοσίευση 1 – Έργο: Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας – Νο Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας και Ανάπτυξης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή – EUROMONTANA – Φεβρουάριος 2004 – σελ. 197.
- Ορεινά Προϊόντα Διατροφής στην Ευρώπη: Ισχύουσα νομοθεσία και παραδείγματα σχετικών μαρκών για την προώθησή τους – Αγγλικά και Γαλλικά – Έκθεση 5 – Δημοσίευση 2 – Project: Ορεινά Προϊόντα Διατροφής – Νο RTD Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας και Ανάπτυξης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή – EUROMONTANA – Σεπτέμβριος 2004 – σελ. 78.
- Ορεινά Προϊόντα Διατροφής στην Ευρώπη: Αποτελέσματα, συμπεράσματα και συμβολές του έργου – Αγγλικά, Γαλλικά, Ισπανικά, Ιταλικά, Ελληνικά, Ρουμάνικα, Πολωνικά και Νορβηγικά – Έκθεση 6 and 7 – Δημοσίευση 3 – Έργο: Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας – Νο Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας και Ανάπτυξης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή – EUROMONTANA – Νοέμβριος 2004 – 26 σελ.
- Ορεινά Προϊόντα Διατροφής στην Ευρώπη: Παρουσίαση της ιστοσελίδας www.mountainproducts-europe.org – Αγγλικά και Γαλλικά – CD-Rom - Έργο: Ορεινά Προϊόντα Ποιότητας – Νο Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας και Ανάπτυξης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή - EUROMONTANA



Παραρτήματα

ΟΡΕΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ:

ΛΙΣΤΕΣ ΤΩΝ ΤΟΜΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΛΕΤΗ

1/ Λίστα των δέκα εδαφικών συνδέσμων

| Εσωτερικός αριθμός | Ονομασία εταιρικού οργανισμού | Χώρα | Τομείς μελέτης | Προϊόντα μελέτης |
|--------------------|--|---------|--------------------------------|------------------|
| 03 | SUACI Montagne Alpes du Nord | France | Northern Alps (the Savoie) | 21 |
| 06 | Province of Turin | Italy | Occidental Alps | 21 |
| 07 | Centre Méditerranéen de l'Environnement | Greece | Pindos and Cholomondas Regions | 6 |
| 08 | Fundatia pentru Promovarea Agriculturii si Economiei Alimentare (FAER) | Rumania | Oriental Carpathes | 15 |
| 09 | CIFA cordoba y Sevilla | Spain | 3 areas in Andalusia | 9 |
| 10 | Western Norway Research Institute | Norway | Sogn Region | 13 |
| 11 | IKT SA | Spain | Basque Country | 8 |
| 13 | Agenzia per la Garanzia della Qualita in Agricoltura | Italy | Province of Trento | 17 |
| 14 | KPPZ AR – University of Agriculture of Cracow | Poland | Tatras mountain | 5 |
| 15 | Highland and Island Enterprise | U.K. | Highlands of Scotland | 7 |

2/ Λίστα των 97 προϊόντων (από τα 122) πάνω στα οποία διεξήχθη η μελέτη για την ποιότητα

| | Εταιριοι | Είδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Ονομασία Προϊόντων |
|----|-----------|--------------------|-----------------------------------|---|
| 1 | 3 - SUACI | 1 - Animal origin | 15 - beef meat | Viande "Saveurs des pâturages" / meat "tastes of pastures" |
| 2 | 3 - SUACI | 1 - Animal origin | 16 - lamb meat | Viande "Agneaux d'alpage" / lamb meat from mountain pasture |
| 3 | 3 - SUACI | 1 - Animal origin | 17 - beef meat | Viande du Beaufortain / meat of Beaufortain |
| 4 | 3 - SUACI | 1 - Animal origin | 18 – beef and lamb meat | Viande de Maurienne / meat of Maurienne |
| 5 | 3 - SUACI | 1 - Animal origin | 19 - honey | Miel de Savoie / Savoy honey |
| 6 | 3 - SUACI | 2 - Vegetal origin | 14 - Apples and pears | Pommes et poires de Savoie / apples and pears of Savoy |
| 7 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 1 - reblochon cheese | Reblochon |
| 8 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 10 - tamié cheese | Tamié |
| 9 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 11 - cider | Cidre de Savoie / Cider of Savoy |
| 10 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 12 - dry ham | Jambon sec de Savoie / Savoy ham |
| 11 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 13 - dry sausage | Saucisson sec de Savoie / Savoy sausage |
| 12 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 2 - beaufort cheese | Beaufort |
| 13 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 20 - bier | Bières de la Brasserie des Cimes / beers of the Summits Brewery |
| 14 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 21 - wine | Vins de Savoie / Savoy wines |
| 15 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 3 - Abondance cheese | Abondance |
| 16 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 4 - chevrotin cheese | Chevrotin |
| 17 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 5 - tome des bauges cheese | Tome des Bauges |
| 18 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 6 - tomme de savoy cheese | Tomme de Savoie / Tomme of Savoy |
| 19 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 7 - emmental de savoy cheese | Emmental de Savoie / Emmental of Savoy |
| 20 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 8 - chevraillon des savoie cheese | Chèvrailon des Savoie / Chèvrailon of Savoy |

| | Εταιροί | Είδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Ονομασία Προϊόντων |
|----|-----------|--------------------|---------------------------------------|--|
| 21 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 9 - tomme de chèvre des savoie cheese | Tomme de chèvres des Savoie / goat cheese of Savoy |
| 22 | 6 - Turin | 2 - vegetal origin | VE1 - Chestnuts from Susa Valley | Marrone della Val di Susa |
| 23 | 6 - Turin | 2 - vegetal origin | VE2 - Chestnuts from Pellice Valley | Marrone della Val Pellice |
| 24 | 6 - Turin | 2 - vegetal origin | VE3 - Old apples | Antiche Mele Piemontesi |
| 25 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC1 – Ricotta | Saras del Fen |
| 26 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC2 – Toma | Toma del lait brusc |
| 27 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC3 - fresh cheese | Tuma 'd Trausela |
| 28 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC4 – tomme cheese | Toma di Lanzo |
| 29 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC5 - Cheese from cow and goat | Cevrin di Coazze |
| 30 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC6 – Cheese | Murianengo |
| 31 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | LC7 - Cheese with red rind | Fromaggio a crosta rossa / Cheese with red rind |
| 32 | 6 - Turin | 3 – foodstuff | TV3 – Wine Canavese | Canavese |
| 33 | 6 - Turin | 3 – foodstuff | TV4 – Wine canavese | Carema |
| 34 | 6 - Turin | 3 – foodstuff | TV5 – Wine Pinerolese | Pinerolese |
| 35 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | OPF – Pastry | Focaccia di Susa |
| 36 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TV2 - Wine Caluso | Caluso o Erbaluce di Caluso |
| 37 | 7 - CME | 1 - Animal origin | P1 - Trout | pestrofa = trout |
| 38 | 7 - CME | 2 - vegetal origin | K2 - Saffron | krokos= saffron |
| 39 | 7 - CME | 3 - Foodstuff | K1 - Katiki cheese | Katiki Domokou = Katiki from Domokos |
| 40 | 7 - CME | 3 - Foodstuff | P2 - Prosciuto | Prosuto Evritanias = Prosciuto d' Evritania |
| 41 | 7 - CME | 3 - Foodstuff | S1 - Sausages | loukaniko xoriatiko Evritanias = village sausages from Evritania |
| 42 | 8 - FAER | 1 - animal origin | MS04 - Trout | Pastrav/ Trout |
| 43 | 8 - FAER | 2 - Vegetal origin | HR08 - Potato seed | Cartof de samanta de Harghita / Seed potato from Harghita |
| 44 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR01 - Deer salami | Salam de caprioara / Deer salami |
| 45 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR02 - bread | Kürtoskalács |
| 46 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR03 - mineral water | Apa minerala Borsec / Borsec mineral water |
| 47 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR04 - horse meat | Carne tocata de cal / minced meat from horse |
| 48 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR05 - blackcurrant syrup | Sirop de coacaze negre/ Blackcurrant syrup |
| 49 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR06 - Fir Bud Syrup | Sirop din mugur de brad /Fir bud syrup |
| 50 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR07 - Boar pemmican | pastrama de mistret/ Boar pemmican |
| 51 | 8 - FAER | 3 - Foodstuff | HR09 - probiotic yogurth | Iaurt probiotic / Probiotic yoghurt |
| 52 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | HR10 - Bucolic bread | Paine taraneasca / Bucolic bread |
| 53 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | MS01 - tea | Ceai (Tea) |
| 54 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | MS02 - rosehips tea | Ceai de macesse (Rosehips tea) |
| 55 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | MS03 - blueberry jam | Gem de afine/ Blueberry jam |
| 56 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | MS05 - Ewe cheese | Cas de oaie / Ewe cheese |
| 57 | 9 - CIFA | 1 - Animal Origin | 2 - Honey | Sierra de Segura Honey |
| 58 | 9 - CIFA | 1 - Animal origin | 3 - Lamb | Segureño Lamb |
| 59 | 9 - CIFA | 2 - Vegetal origin | 5 - Quince | Membrillo de Priego-Carcabuey. Quince tree of Priego-Carcabuey |
| 60 | 9 - CIFA | 3 - Foodstuff | 7 - Christmas cake | Dulces de Navidad de Rute / Rute christmas cake |
| 61 | 9 - CIFA | 3 - foodstuff | 9 - cheese | Quesos de la Sierra de Cádiz/ Cheeses from "Sierra de Cádiz" |
| 62 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | FM - Must / Mout | Balhom naturmost |
| 63 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | K1 - smoked sausage | Sognemorr (smoked sausage) |

| | Εταιροί | Είδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Όνομασία Προϊόντων |
|----|--------------|--------------------|-----------------------------|--|
| 64 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | K2 - rib meat | Pinnekjøt (rib meat) |
| 65 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | K3 - rib meat | Pinnekjøt (rib meat) |
| 66 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | K4 – leg ham | Fenalår (leg ham) |
| 67 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | K5 – lam meat | Lammerull (lamb meat for sandwiches) |
| 68 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | KO1 - cripy bread | Flattbrød |
| 69 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | KO2 - sweet bread | Lefseking |
| 70 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M1 – Old cheese | Gamalost (Old Norwegian cheese)) |
| 71 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M2 - Goat cheese | Ekte geitost (Real goat cheese) |
| 72 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M3 - White goat cheese | Kvit geitost (white goat cheese) |
| 73 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M4 - milk soup | Brun Mylsa (Brown milk soup)) |
| 74 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M5 - whey cheese | Brun blandingsost (whey cheese) |
| 75 | 11 - IKT | 1 - Animal Origin | 1 - Honey | Euskal Eztia (Miel del País Vasco), Basque Honey |
| 76 | 11 - IKT | 1 - Animal origin | 4 - Basque Suckling Lamb | Esneko Euskal Bildotsa (Cordero Lechal del País Vasco), Basque Suckling Lamb. |
| 77 | 11 - IKT | 1 - Animal origin | 8 - organic cattle products | Products (raw materials) of organic cattle raising. |
| 78 | 11 - IKT | 2 - Vegetal origin | 6 - Basque Beans | Euskal Babarrunak (Alubias del País Vasco), Basque Beans |
| 79 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 2 - Wine | Txakoli (There is no translation, it is a type of wine, see description in D1_2) |
| 80 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 3 - Idiazabal Cheese | Idiazabal Gazta (Queso Idiazabal), Idiazabal Cheese |
| 81 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 5 - Basque Bovine Meat | Euskal Okela (Carne de Vacuno del País Vasco), Basque Bovine Meat |
| 82 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 7 - Chillii Peppers | Ibarrako Piparrak (Guindillas de Ibarra), Chillii Peppers from Ibarra |
| 83 | 13 - AQA | 1 - Animal Origin | TR8 - Trout | Trote/ Trouts |
| 84 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | CS3 - Dry meat | Carne Salada |
| 85 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | MV3 - Mortandela | Mortandela affumicata della Val d Non |
| 86 | 14 - KPPZ AR | 1 - Animal origin | 5 - Lamb meat | Lamb meat |
| 87 | 14 - KPPZ AR | 3 - foodstuff | 1 - Smoked cheese | Oscypek |
| 88 | 14 - KPPZ AR | 3 - foodstuff | 2 - Fresh soft cheese | Bundz |
| 89 | 14 - KPPZ AR | 3 - foodstuff | 3 - Matured soft cheese | Bryndza - |
| 90 | 14 - KPPZ AR | 3 - foodstuff | 4 - Whey/ Whey cheese | Żętyca |
| 91 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 1 - Salmon | Scottish farmed salmon |
| 92 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 3 - langoustines | Langoustines |
| 93 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 4 - deer | Venison |
| 94 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 5 - lamb meat | Scotch Lamb |
| 95 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 6 - beef meat | Scotch Beef |
| 96 | 15 - HIE | 3 - foodstuff | 2 - smoked salmon | Scottish smoked salmon |
| 97 | 15 - HIE | 3 - foodstuff | 7 - whisky | Scotch Whisky |

3/ Λοιπά προϊόντα που προστέθηκαν στην προηγούμενη λίστα για την ποσοτική ανάλυση

| | Εταιροί | Είδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Όνομασία Προϊόντων |
|-----|-----------|-------------------|---------------------------------|--|
| 98 | 6 - Turin | 1 - animal origin | TC4 - Frabosana Lamb | Lamb of Frabosana |
| 99 | 6 - Turin | 1 - animal origin | TV1 - Honey | Honey from the Val Pellice and Val di Susa |
| 100 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TC1 - blood sausage Mustardella | Mustardella |
| 101 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TC2 - Raw ham | Prosciutto crudo dell'Alta Val Susa |
| 102 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TC3 - Saussages with potatoes | Salampata del Canavese |
| 103 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TV - Genepy | Genepy |

| | Εταιριοι | Ειδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Ονομασία Προϊόντων |
|-----|-----------------|-----------------------|--------------------------|--|
| 104 | 7 - CME | 3 - Foodstuff | M1 - Ouzo | ouzo Mountovina= alcohol |
| 105 | 9 - CIFA | 3 - foodstuff | 1 - Olive oil | Extra Virgin Olive Oil DOP Sierra de Segura |
| 106 | 9 - CIFA | 3 - Foodstuff | 4 - olive oil | Aceite de oliva DOP PRIEGO DE CÓRDOBA. Olive oil DOP PRIEGO DE CÓRDOBA |
| 107 | 9 - CIFA | 3 - Foodstuff | 6 - anise liquor | Anís de Rute / Anise liquor |
| 108 | 9 - CIFA | 3 - foodstuff | 8 - Olive oil | Extra Virgin Olive Oil DOP Sierra de Cádiz |
| 109 | 13 - AQA | 1 - Animal Origin | MI7 - Honey | Miele/ Honey |
| 110 | 13 - AQA | 2 - Vegetal origin | CA11 - Chestnuts | Marone / Sweet Chestnut |
| 111 | 13 - AQA | 2 - Vegetal origin | MA15 - Maize | Mais / Maize |
| 112 | 13 - AQA | 2 - Vegetal origin | ME11 - Apples | Mela / Apple |
| 113 | 13 - AQA | 2 - Vegetal origin | PF11 - Small fruits | Fragola, Mirtillo, Lampone, Ribes, Mora / Strawberry, Blueberry, Raspberrry, Red/ Blackcurrant, Blackberry |
| 114 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | CA1 - Casolet cheese | Casolet |
| 115 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | CC14 - cabbage | Crauti/sourcroust/Sauerkraut |
| 116 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | GP1 - Grana Padano | Grana Padano -Trentino / Grana Padano Trentino |
| 117 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | MO1 - Mozzarella | Mozzarella/ Mozzarella |
| 118 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | OO10 - Garda Olive oil | Garda -Trentino / Garda – Trentino |
| 119 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | PU1 - Puzzone cheese | Puzzone di Moena |
| 120 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | SP1 - hard cheese | Spressa delle Giudicarie |
| 121 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | TE27 - Teroldego wine | Teroldego |
| 122 | 13 - AQA | 3 - Foodstuff | VE1 - Vezzena cheese | Vezzena |

4/ 18 μελέτες επισκόπησης (προϊόντα που προέρχονται από την προηγούμενη λίστα, εκτός από ένα)

| | Εταιριοι | Ειδη Προϊόντων | Κωδικός Προϊόντων | Ονομασία Προϊόντων |
|----|-----------------|---|------------------------------------|--|
| 1 | 3 - SUACI | 2 - Vegetal origin | 14 - Apples and pears | Pommes et poires de Savoie / apples and pears of Savoy |
| 2 | 3 - SUACI | 3 - foodstuff | 5 - tome des bauges cheese | Tome des Bauges |
| 3 | 6 - Turin | 3 - foodstuff | TC1 - blood sausage Mustardella | Mustardella |
| 4 | 7 - CME | 3 - Foodstuff | S1 - Sausages | loukaniko xoriatiko Evritanias = village sausages from Evritania |
| 5 | 8 - FAER | 2 - Vegetal origin | HR08 - Potato seed | Cartof de samanta de Harghita / Seed potato from Harghita |
| 6 | 8 - FAER | 3 - foodstuff | MS01 - tea | Ceai (Tea) |
| 7 | 9 - CIFA | 3 - foodstuff | 1 - Olive oil | Extra Virgin Olive Oil DOP Sierra de Segura |
| 8 | 9 - CIFA | 3 - Foodstuff | 4 - olive oil | Aceite de oliva DOP PRIEGO DE CÓRDOBA. Olive oil DOP PRIEGO DE CÓRDOBA |
| 9 | 9 - CIFA | 3 - foodstuff | 8 - Olive oil | Extra Virgin Olive Oil DOP Sierra de Cádiz |
| 10 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M1 - Old cheese | Gamalost (Old Norwegian cheese)) |
| 11 | 10 - WNRI | 3 - foodstuff | M2 - Goat cheese | Ekte geitost (Real goat cheese) |
| 12 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 3 - Idiazabal Cheese | Idiazabal Gazta (Queso Idiazabal), Idiazabal Cheese |
| 13 | 11 - IKT | 3 - foodstuff | 5 - Basque Bovine Meat | Euskal Okela (Carne de Vacuno del País Vasco), Basque Bovine Meat |
| 14 | 13 - AQA | 2 - Vegetal origin | ME11 - Apples | Mela / Apple |
| 15 | 14 - KPPZ AR | 3 - foodstuff | 1 - Smoked cheese | Oscypek |
| 16 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 5 - lamb meat | Scotch Lamb |
| 17 | 15 - HIE | 1 - Animal origin | 6 - beef meat | Scotch Beef |
| 18 | ISARA | National Mountain Pork Initiative in France | | |

ΤΟ ΕΡΓΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΟΡΕΙΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ συμπεριέλαβε 13 εταιρούς και 10 ορεινές περιοχές μελέτης από 8 ευρωπαϊκές χώρες (Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα, Ρουμανία, Πολωνία, Νορβηγία και Σκωτία).

Αυτό το διετές έργο χωρίστηκε σε δύο φάσεις:

- ☞ η πρώτη, η οποία διήρκεσε ένα χρόνο, είχε ως στόχο τη συλλογή διαφόρων στρατηγικών δεδομένων μέσα από δύο κύματα έρευνας που επικεντρώθηκαν σε δέκα τομείς μελέτης και την ανάλυσή τους.
- ☞ η δεύτερη αποτελεί ένα στάδιο διαβούλευσης μέσα στο πλαίσιο της Euromontana και με ένα ευρύτερο κοινό, μέσα από δύο σημαντικές εκδηλώσεις (το επιστημονικό σεμινάριο στο Τορίνο- Φεβρουάριος 2004 και η τελική διάσκεψη στην Κόρδοβα - Ιούνιος 2004).

Η συμβολή του προγράμματος είναι διπλή:

- ✓ η ευρεία διάδοση των πληροφοριών μέσα από τη δημιουργία ιστοσελίδας προκειμένου να παρέχονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία στους εμπλεκόμενους, τους υπεύθυνους πολιτικής και ερευνητές που ασχολούνται με τον κλάδο.
- ✓ ο εντοπισμός στρατηγικών προτάσεων για την ανάπτυξη των ορεινών διατροφικών προϊόντων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι οποίες ενδιαφέρουν τους υπεύθυνους για τη χάραξη και την εφαρμογή πολιτικής σε ευρωπαϊκό, εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο.

ΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ



EUROMONTANA: 46, rue Philippe le Bon, B-1000 Bruxelles
ΤΗΛ : +32 2 280 42 83
FAX : + 32 2 280 42 85
E-mail : mountainproducts-europe@euromontana.org
Ιστοσελίδες : www.euromontana.org
www.mountainproducts-europe.org