

Newsletter MQP

Valoriser les produits de montagne de qualité en Europe: un enjeu stratégique

Le projet sur les Produits alimentaires de Montagne de Qualité, réalisé par Euromontana et avec 14 partenaires de différentes zones de montagne de l'Europe géographique, a élaboré durant cet hiver toute la méthodologie de collecte des données sur les 10 zones d'étude et sa stratégie quant à l'ambition à donner à ce programme.

Ce projet constitue pour Euromontana l'aboutissement de plus de 3 ans de réflexion sur l'enjeu que représente pour les territoires de montagne, la meilleure caractérisation et la reconnaissance Européenne des produits de montagne de qualité.

Le Séminaire scientifique et la Conférence finale du projet

Deux séminaires seront organisés dans le cadre de la réalisation du projet.

Un séminaire scientifique aura lieu en Février 2004. Son objectif sera de présenter et valider auprès d'un public restreint les premiers

Fort de sa large dimension Européenne, le projet sur les Produits de Montagne de Qualité apportera des outils stratégiques aux professionnels de toutes les filières de production de qualité.

Ainsi la seconde réunion du Comité de Pilotage du projet (16-18 Juin 2003 à Bruxelles), a permis de préciser le programme de travail pour la seconde phase du projet avec notamment :

1/ La mise en place d'un **Système d'Informations Stratégiques** (sur Internet et CD Rom), pour des utilisateurs multiples et qui se positionnera comme un réel outil de développement des produits de

résultats du projet concernant les produits de qualité de montagne (points forts et points faibles, opportunités et menaces). Puis les outils et stratégies à mettre en oeuvre pour favoriser le développement de ces produits seront identifiés (diffusion des informations, stratégies communes, recommandations politiques).

qualité (pour les techniciens, les chercheurs, les professionnels et les consommateurs) ;

2/ L'établissement de **recommandations à l'échelle européenne** à partir des résultats du programme d'étude sur différents points (législatifs, protection des produits, commercialisation, projet d'initiative Européenne, ...).

Ce volet s'appuiera sur la réalisation d'une **première caractérisation du Produit de Montagne de Qualité** (en adéquation avec les résultats des études terrain réalisées).

La **Conférence finale se déroulera en Juin 2004**, en Andalousie (à confirmer). Un public plus large sera concerté et l'ensemble des résultats et propositions d'action du projet seront entérinés.

Sommaire :

Rappel des ambitions du projet MQP

Les Séminaires du projet MQP

Les partenaires et les zones d'étude du projet MQP

La première vague d'enquête : des éléments d'information

Préparation de la seconde vague d'enquête

Dernières nouvelles



26, rue Philippe le Bon
B-1000 Bruxelles
Tel: + 32 2 280 42 83
E-mail:
quality.euromontana@skynet.be



Les zones d'étude et organisation des enquêtes terrain

Le projet s'appuie sur l'étude des produits de 10 territoires de montagne en Europe (voir carte jointe). Dans chacune de ces zones un partenaire est chargé de rassembler les informations locales.

Deux vagues de collecte des données sont organisées. Chaque guide d'enquête est effectué avec l'ensemble des membres du comité de pilotage du projet.

La première vague d'enquête, commencée sur le terrain le 1^{er} février 2003, se termine actuellement et dans ce

cadre, plus de 110 produits ont été étudiés sur les différents aspects de leur qualité (voir chapitre suivant).

Ces informations doivent être encore analysées afin de repérer leurs valeurs et points communs. L'ensemble des données collectées sur les produits de montagne de qualité sera intégré et diffusé à travers le Système d'Informations Stratégiques, qui sera mis en place à la fin du projet (octobre 2004).

Une seconde vague d'enquête, prévue d'août à Janvier 2004, se présentera sous forme

d'étude de cas (20 environ). Son objectif principal est d'identifier, à l'aide de produits choisis, les conditions de succès et d'échec dans les différents domaines (production, commercialisation, communication, ...), du développement durable des produits de montagne.

Enfin le projet fera le point sur les politiques d'aide et de promotion se rapportant aux produits de qualité et/ou aux produits de montagne dans les différents pays du partenariat, ainsi que au niveau de l'Union Européenne.

La première enquête terrain rassemble des informations sur plus de 110 produits répartis sur 10 zones d'étude en Europe

La première enquête : des éléments d'information

Chaque partenaire responsable de collecter les informations locales, a identifié, selon des critères bien définis, les points suivants:

1/ La délimitation de sa zone d'étude et identification de celle-ci. Dans la grande majorité des pays de l'Union Européenne, la définition donnée aux ICHN a été utilisée.

2/ Les produits étudiés (alimentation et boisson), doivent avoir un fort ancrage territorial soit, par le lien du produit avec son environnement local, soit au travers de son impact économique et territorial dans la zone.

3/ Les produits étudiés doivent avoir une qualité ou un système de gestion de la qualité, comme suit :

- * qualité officiellement reconnue par des autorités (cette liste doit être tant que possible exhaustive)
- * produits avec un cahier des charges (public ou privé) non officiel (liste la plus représentative possible)
- * produits sous marque individuelle avec un potentiel qualitatif reconnu, mais sans système de gestion de la qualité formelle.

La première enquête a permis d'apporter des informations utiles sur :

2/ Les spécificités des produits de montagne, des modes de production et de savoir-faire étudiés ;

3/ Le positionnement géographique des étapes de production et transformation ;

4/ L'impact des conditions naturelles de la montagne sur le produit, la production et le savoir-faire ;

5/ Les types de consommation des produits étudiés ;

6/ La taille des filières et leur marché.

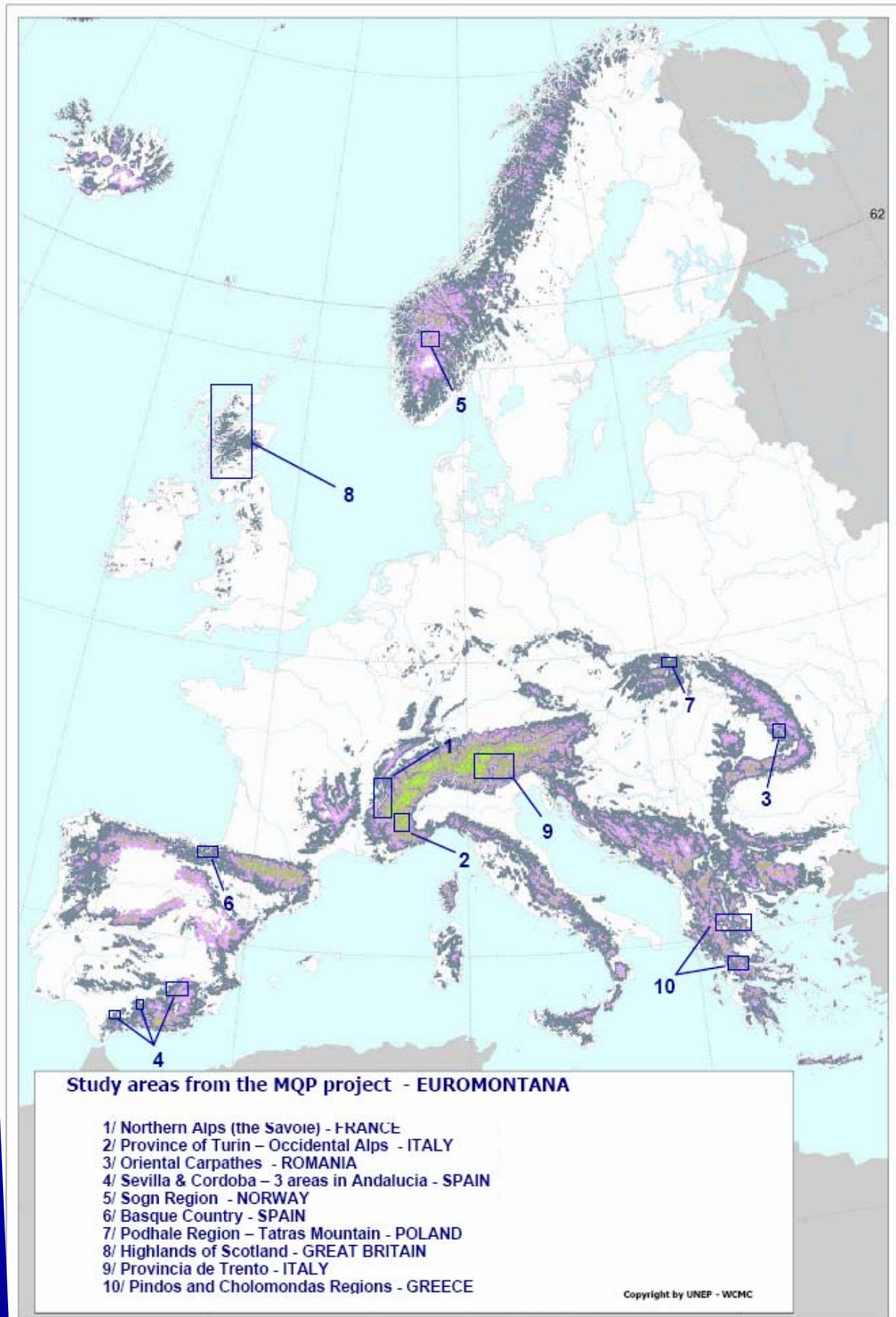
La seconde enquête : les lignes directrices

La seconde enquête répondra entre autre aux questions suivantes :

1/ Quelles sont les conditions qui font qu'un produit de qualité de montagne est économiquement durable ?

2/ Quels sont les dispositifs (locaux, nationaux, européens) qui favorisent le développement de ces produits et le maintien et l'optimisation de leurs qualités ?

3/ Quels éléments limitent ou favorisent : l'accès aux outils de certification, l'accroissement ou le développement des marchés, l'accès aux consommateurs ?



Participation à des réunions et conférences

Le projet a été présenté en Janvier 2003 au Caire dans le cadre d'une conférence sur « les stratégies pour développer la qualité et la promotion des produits agricoles Méditerranéens »

organisé par des centres de recherches Français, Grecs et Egyptiens.

Il y a eu deux présentations en France : la première, auprès de la Commission Montagne

du CNIEL (Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière) et auprès du groupe Montagne de la FNSEA (Syndicat National Agricole Français), et membre d'Euromontana

Calendrier à venir :

- ✓ 6 – 7 Octobre 2003 : Participation à la Conférence finale du programme de recherche DOLPHINS (sur la labellisation des produits d'origine) à Parme (Italie).
- ✓ 23 – 26 Octobre 2003 : Participation aux Olympiades de Fromages de Montagne aux Rousses (France), organisées par l'Association Caseus Montanus.
- ✓ 25 – 26 Novembre 2003 : 3^{ème} réunion du Comité de Pilotage du projet d'Euromontana à Bruxelles.

Les partenaires du projet



Remerciements :

Le projet et l'ensemble de ses partenaires tiennent à remercier l'ISARA Lyon pour avoir réalisé l'espace de travail du projet MQP (sur Internet).