



**Conferința națională
„O nouă PAC – Munți de Oportunități”
12 – 13 Iulie 2014,
Brașov, România**



Dincolo de PAC, politica calității: termen opțional al calității «produs montan»

**Tiberiu ȘTEF,
Asociația AGROM-RO, Mureș**



Euromontana și partenerii :

Proiect european privind produsele din zona montană

« Informations stratégiques pour le développement
des produits agricoles de qualité dans les zones de
montagne européennes » - 5ème PCRD

2002 - 2004

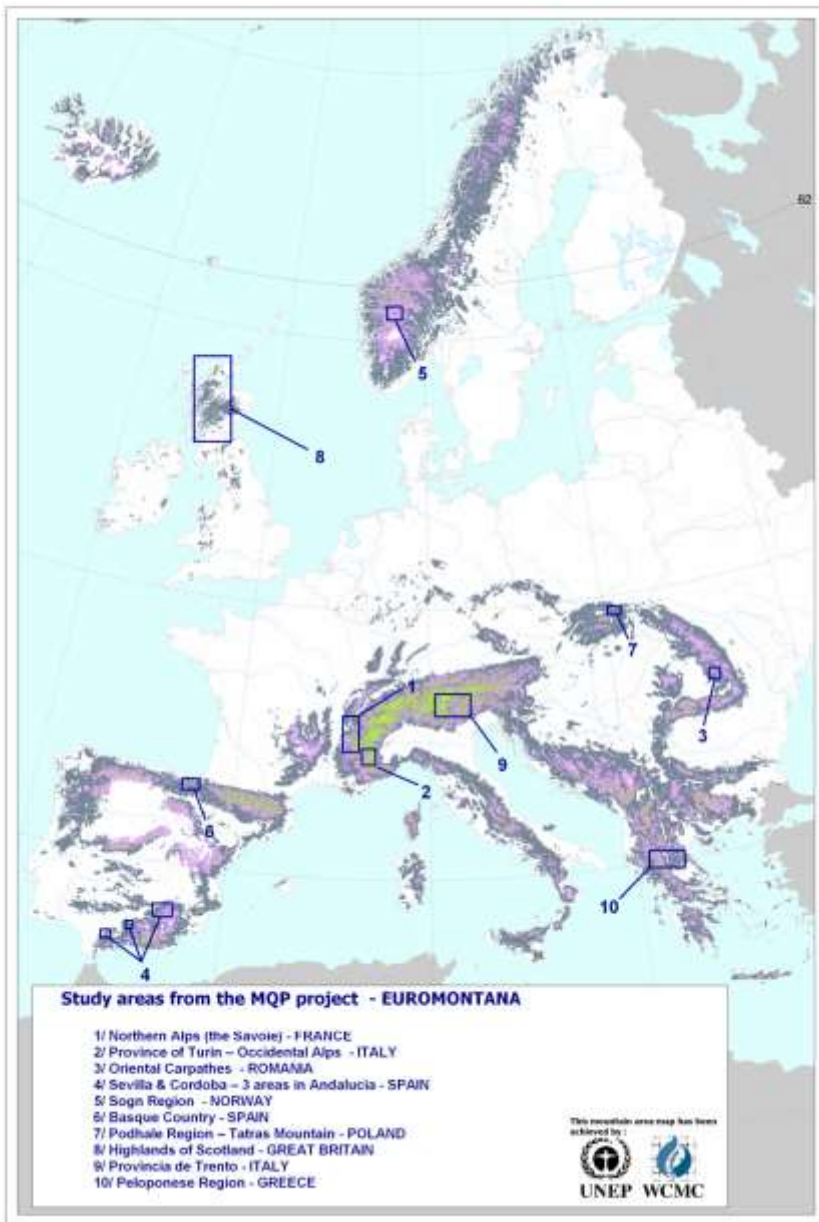


Cine este Euromontana?

- **O rețea pentru Europa de vest, centrală și de est:**
76 Organizații din 20 țări ale Europei
- **Un câmp de competențe diverse și multisectorial:**
organisme agricole, institute de cercetări, agenții de dezvoltare, autorități locale și regionale, agenții pentru protecția mediului, ONG-uri, etc.
- **Misiune : promovarea dezvoltării durabile și a calității vieții în zonele montane:**
prin schimburi de experiență, difuzarea de informații strategice, studii, seminarii și conferințe

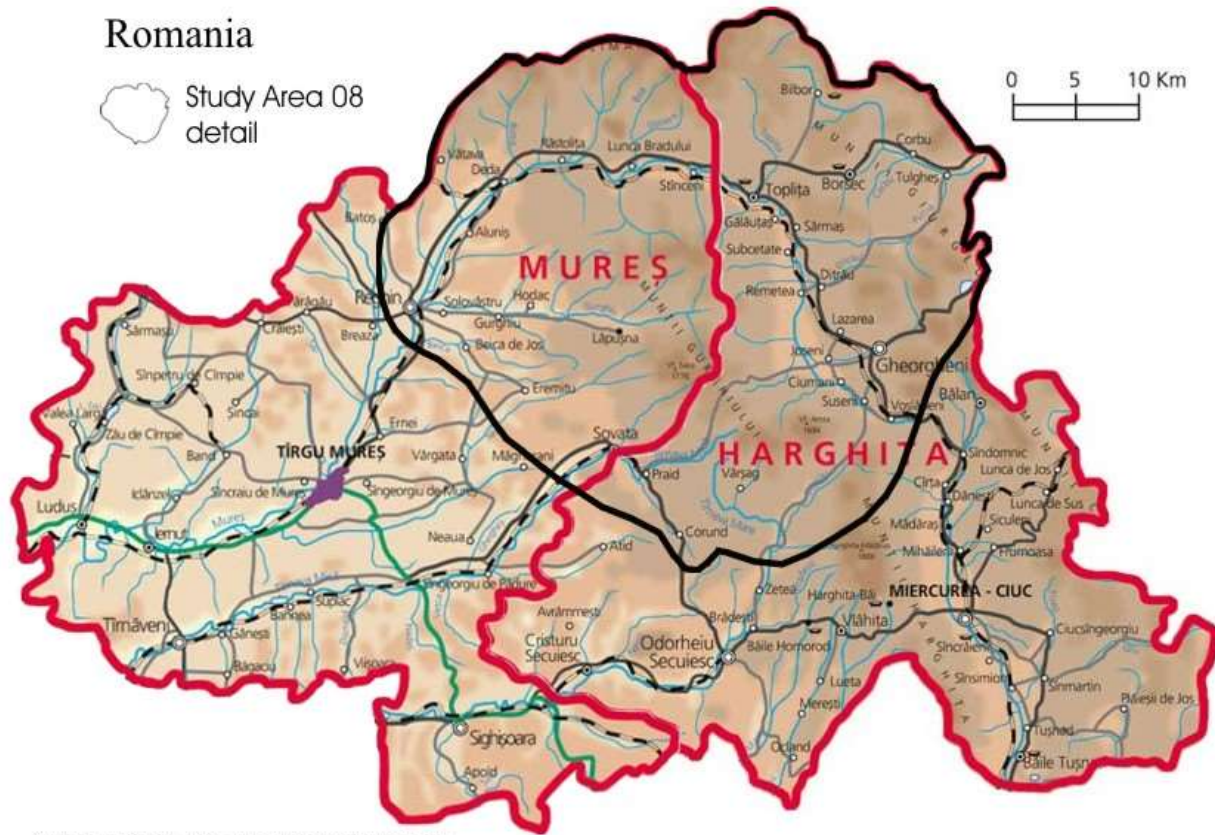
Cadrul de realizare a proiectului

- **5ème Programme Cadre** Cercetare și Dezvoltare (R&D)
- **Programul de lucru** : Calitatea vieții și gestionarea resurselor viață
- **Acțiuni cheie** : Agricultură, pescuit și silvicultură durabilă și dezvoltare integrată a zonelor rurale, din care zonele de munte
- **Măsuri de însoțire** : obiectivul este difuzarea rezultatelor pentru identificarea nevoilor viitoare pentru cercetare și Strategia cadru UE
- **Proiect cu durata a 2 ani** : Octombrie 2002 – Septembrie 2004



10 zone de studiu ale proiectului

ROMÂNIA – Zona de studiu în județele Mureș și Harghita



Created by I.Botian, using maps from www.rotravel.com

Organizarea proiectului

Studii în cele 10 zone

Informații complementare

Seminarul de la Torino – Februarie 2004

1/ Validarea rezultatelor studiului
2/ Identificarea nevoilor

Conferința Finală din Cordoba – Iunie 2004

Validarea «uneltelor» propuse

Difuzare și schimb de informații - cooperare pe produse

Recomandări / acțiuni în favoarea dezvoltării și promovării produselor

- 
- Caracteristicile și strategii de dezvoltare ale produselor din zona montană a Europei
 - **O Cartă Europeană și un Centru de Resurse** pentru produsele de calitate din zona montană

FACTORI DE REUȘITĂ

**SISTEMATIC
PREZENTII**

- Condiții naturale
- Utilizarea extensivă a resurselor
- Prezența istorică
- Legătura socială

- Organizarea colectivă
- Calitate

- Ajutor pentru a începe proiectul
- Susținere publică locală / proiecte colective

FACTORI DE REUȘITĂ

ALȚI FACTORI

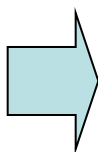
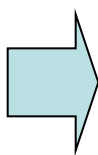
- *Savoir-faire* specifică
- Rase sau varietăți specifice

- AOP - IGP
- Târguri și expoziții

- Ajutoare publice
 - Certificare

Identificare, promovare și comunicare

- Identificații europene (AOP, IGP, Bio, STG-ulterior)



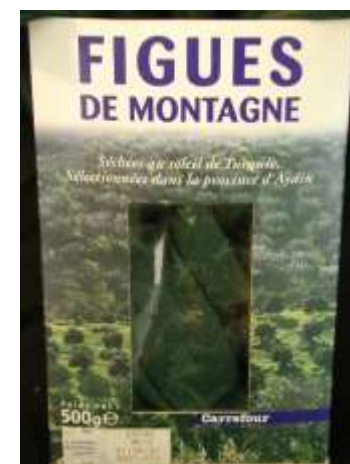
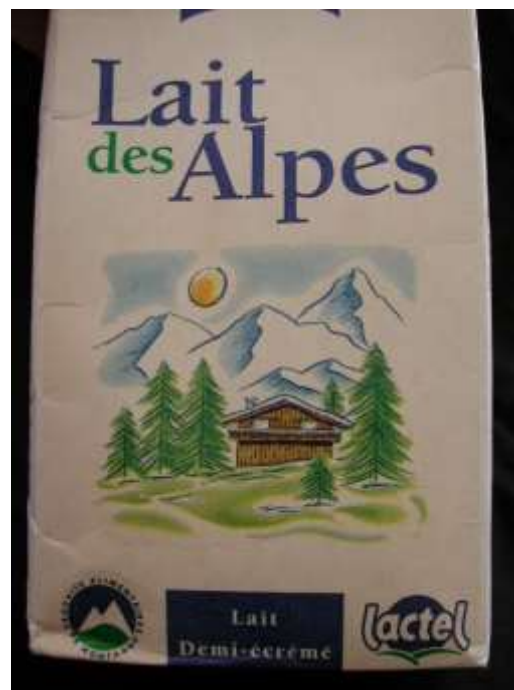
Identificare, promovare și comunicare

- Mărci de certificare sau mărci umbrelă private



Identificare, promovare și comunicare

- Comunicare privind muntele «generic» și comunicare pentru un teritoriu



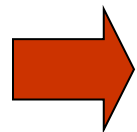
Susținere publică

- Pentru produsele montane, doar în 2 țări: Franța și Italia
 - În Franța, o asociație este creată în vederea organizării comunicării și promovării produselor montane franceze creându-se un logo:

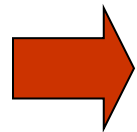


Concluzii (2004)

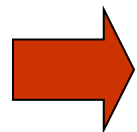
O vedere de ansamblu asupra produselor montane diverse și bogate care a incitat Euromontana să acționeze pentru:



favorizarea schimburilor de experiență și de diseminare a informației la scară europeană



promovarea și valorizarea la nivel european a produsele montane



continuarea cercetării pe această tematică



Centrul de Resurse pentru produsele montane de calitate

**« Informations stratégiques pour le développement
des produits agricoles de qualité dans les zones de
montagne européennes » - 5ème PCRD**





Pentru informații suplimentare
consultați:

www.mountainproducts.org



CARTA EUROPEANĂ

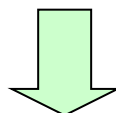
privind produsele agroalimentare de calitate din zona de munte



**« Informations stratégiques pour le développement
des produits agricoles de qualité dans les zones de
montagne européennes » - 5ème PCRD**

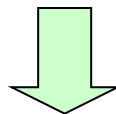
De unde a venit « idea » CARTEI ?

**Reflecții conduse de către Euromontana
din anul 1999**



**Realizarea programului de studiu asupra
produselor din zona montană
(2002-2004)**

DG Recherche (CE)



Propunere de CARTĂ

Reflecții ale Euromontana și a parteneriilor săi...

- ✦ din 1999, Seminarul de la Saint Etienne (Franța) ;
Diverși specialiști angajați : cercetători, responsabili din agricultură, operatori economici, consilieri tehnici ;
- ✦ Interes arătat de un număr mare de țări din Europa

4 constatări la începuturile CARTEI (1):

- **Rolul** agriculturii privind **prezervarea și punerea în valoare a patrimoniilor** zonelor montane
 - > contribuția la calitatea vieții populațiilor europene;
- Producțiile agricole și agroalimentare **scumpe**
 - > esențial de a se căuta **crearea valorii adăugate**

4 constatări la începuturile CARTEI (2):

- **Promisiunea către consumator** făcută la fiecare utilizare a termenului munte nu trebuie să decepționeze. **Termenul « munte »** are un *capital* foarte mare pe lângă consumatori ;
- **Absența** în marea majoritate a țărilor **a definiției** « produse de munte », iar atunci când există, **lipsă de omogenitate** ;

Care sunt cele 4 idei ale CARTEI?

- **Calitatea produselor nu este disociată de cele ale teritoriilor**
- **Calitatea produselor de munte** este legată de **gestionarea producției** în echilibru cu condițiile și resursele montane locale naturale
- **Producția și ansamblul etapelor de transformare** ale produselor sunt **situate în zone de munte** și sunt « legate » de teritoriu
- Un produs de munte poate fi **comercializat la nivel local, regional, național și la scară europeană.**

CARTA Europeană

Principii

- **Cele 5 principii ale Cartei sunt :**

- » **Materia primă** trebuie să provină dintr-o zonă de munte
- » **Transformarea trebuie** realizată în zona de munte
- » Producțiile trebuie să integreze **preocupările locale legate de dezvoltarea durabilă**
- » Producțiile trebuie să favorizeze menținerea **biodiversității și al patrimoniilor zonelor montane**
- » Producțiile trebuie să garanteze în orice moment **transparența informațiilor pentru** consumator

Această Cartă și principiile sale nu angajează decât pe semnatarii ei

Obiectivele generale ale semnatarilor CARTEI

- **Voința de a caracteriza și promova produsele de munte de calitate ca specifice și de a contribui la dezvoltarea durabilă a economiilor și teritoriilor zonelor montane**
- **Obiectiv de dezvoltare economică: o mai bună** identificare a produselor pe piață pentru evitarea falsurilor ce aduc prejudicii producătorilor și consumatorilor în utilizarea termenului de **MUNTE**
- **Obiectiv politic:** recunoașterea și promovarea pe baze obiective a rolului agricultorilor și firmelor ce produc în zona de munte a Europei și apărarea intereselor lor



**Lansarea CARTEI a avut loc la
Parlamentul European
miercuri, 7 decembrie 2005, Bruxelles**

...din România

**doar ASOCIAȚIA JUDEȚEANĂ PENTRU DEZVOLTARE
MONTANĂ MUREȘ și CEFIDEC Vatra Dornei**

se numără printre semnatarii Cartei...

La **21 noiembrie 2012**, după 12 ani de muncă a EUROMONTANA, Parlamentul European și Consiliul Uniunii Europene au adoptat un nou regulament - **Reg.(UE) 1151/2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare**, rezervând termenul de **“PRODUS MONTAN”** produselor alimentare care sunt produse și transformate în munte.

...iar la 11 martie 2014 , Comisia Europeană adoptă *Regulamentul delegat (UE) nr.665 / 2014 de completare a Reg.(UE) nr.1151/2012 al PE și al Consiliului UE în ceea ce privește condițiile de utilizare a mențiunii de calitate facultative “**produs montan**”*

...7 articole – produse de origine animală, hrana pentru animale, produse apicole, produse de origine vegetală, ingrediente , operațiuni de prelucrare în afara ZM, intrarea în vigoare...



**Asociația
AGROM-RO
vă
mulțumește
pentru
atenție !**