



Îmbunătățirea colaborării în rețea și a cooperării dintre jucătorii lanțurilor de aprovizionare cu produse montane



O nouă PAC
Munți de
Oportunități

Organizarea diferiților jucători în jurul lanțurilor de aprovizionare cu produse montane la nivel local și regional este esențială pentru dezvoltarea acestora. Colaborarea în rețea a lanțurilor de aprovizionare nu va permite numai conectarea diferiților jucători, ci va îmbunătăți, de asemenea, competitivitatea prin adoptarea termenului opțional de calitate „produs montan”.

Necesitatea pentru stabilirea unei rețele europene de lanțuri de aprovizionare cu produse montane trebuie să fie promovată de diferite părți interesate din zona montană. Această rețea trebuie să acționeze ca un instrument pentru a conecta jucătorii lanțurilor de aprovizionare cu produse montane în vederea consolidării competitivității acestora, în vederea explorării potențialului și a răspândirii termenului opțional de calitate „produs montan”. Aceasta trebuie să fie, de asemenea, un instrument care să permită părților interesate să facă schimb de opinii cu privire la problemele comune și să găsească soluții comune pentru consolidarea și îmbunătățirea lanțurilor de aprovizionare cu produse montane.

În urma adoptării noului termen opțional UE „produs montan”, Euromontana este de părere că adoptarea unei abordări mai ample a problemei produselor montane trebuie să fie:

- Inspirată de Carta europeană a produselor montane de calitate – noua legislație oferă temeiul legal pentru implementarea a două dintre principiile cartei, este momentul să ne întoarcem la cartea completă pentru a adopta problema dezvoltării produselor montane într-un mod mai amplu și pentru a relua ambiții politice mărețe.
- Puternic conectată la realitatea pieței – dezvoltarea lanțului de aprovizionare cu produse montane trebuie să fie obținută într-un mod care asigură venit mare pentru producători și comunități, evitând scurgerea de valoare adăugată, în special acolo unde grupurile industriale majore sunt implicate.
- Ancorată în teritoriu – ținta cea mai de preț a dezvoltării lanțului de aprovizionare cu produse montane este dezvoltarea teritorială, reținerea activității economice în teritoriu, crearea și reținerea locurilor de muncă și stabilirea de legături îmbunătățite între activitățile de producție și turism.
- Holistică – având în vedere toate instrumentele de calitate și interesul lor potențial în promovarea produselor montane (Indicații geografice, mărci teritoriale, mărci private, vânzări directe etc.) și nu numai termenul opțional de calitate care reprezintă numai o singură opțiune printre altele; toate produsele și nu numai produsele alimentare: apă, spirtoase, însă de asemenea, lemn sau chiar servicii care includ totalitatea lanțurilor de valori montane, integrând, de asemenea, și turismul.



Co-finanțat de Direcția Generală pentru
Agricultură și Dezvoltare Rurală a Uniunii
Europene

www.newcapmountain.eu

Evaluarea situației curente

Există numeroase tradiții și un know-how referitor la producția și procesarea alimentară din zonele de munte, iar imaginea montană este asociată în ochii consumatorilor cu produse cu o anumită valoare adăugată. Produsele montane combină diferite aspecte pentru clienți; aceste produse evocă mediul montan, natura, autenticitatea, puritatea și calitatea. La nivelul UE, există un potențial de piață pentru produsele alimentare montane, însă lanțurile de aprovizionare nu sunt în prezent organizate suficient pentru exploatarea acestuia.

Pentru dezvoltarea lanțurilor de aprovizionare cu produse montane la nivel local, fermierii și alți jucători locali se confruntă cu mai multe dificultăți. Printre principalele bariere se numără următoarele:

- **Prețurile mai mari, volumul de producție mai mic și caracterul sezonier al producției** de produse alimentare montane de calitate sunt considerate de către comercianți cei mai importanți factori care inhibă distribuția și succesul acestor produse.
- **Capacitatea redusă de adoptare a schemelor existente de certificare** în principal pentru că acestea sunt accesibile numai printr-o procedură care este prea mare și prea costisitoare pentru lanțurile de aprovizionare la scară mică-medie (localizate de obicei în zonele de munte) sau deoarece criteriile acestora sunt dificil de îndeplinit pentru producția în condiții de munte.
- **Absența trainingului, a infrastructurii, a know-how-ului și a competențelor.** O restricție cheie pentru dezvoltarea lanțurilor de aprovizionare cu produse montane este absența competențelor referitoare la marketing și la managementul afacerilor. Cheia către procesarea de succes într-o fermă și marketingul direct este dezvoltarea unei afaceri puternice, a comunicării și a bazei competențelor de marketing printre fermieri.

Un schimb mai bun de informații potrivite cu privire la problemele de producție, aprovizionare sau oportunitățile de marketing, cererea clientului între părțile interesate ale lanțului de aprovizionare cu produse montane poate evita aceste probleme și poate oferi soluții corespunzătoare.

Confruntându-se cu aceste dificultăți, fermierii pot utiliza forme alternative de lanțuri de aprovizionare: cele care se referă la clienți în mod mai direct, aprovizionând clienții într-o zonă apropiată și vânzând la nivel local cu mai puțini intermediari. Prin vânzări directe, produsele merg direct de la producători la consumatori. Obiectivul este acela de a permite producătorilor din zona de munte să își ofere produsele consumatorilor la un preț mai competitiv și să crească profitul. Oamenii devin conștienți de legătura dintre agricultură și alimentele pe care le consumă. Lanțurile scurte de aprovizionare cu alimente contribuie suplimentar la un acces mai mare la alimente proaspete, de sezon și la originea mai clară a produsului.

În plus, stabilirea unei platforme europene a lanțurilor de aprovizionare cu produse montane care acționează ca o prelungire a rețelei Euromontana, capabilă să multiplice și să consolideze informațiile referitoare la diferiți jucători ai lanțurilor montane, este relevantă în contextul noii reglementări a termenului opțional de „produs montan”. Astăzi, după 15 ani dedicați de Euromontana îndeplinirii noului termen de calitate montană, este esențial pentru rețea să revină în forță pentru a promova colaborarea în rețea și pentru a încuraja jucătorii lanțului de aprovizionare pentru a utiliza și pentru a implementa noua legislație cu privire la termenul opțional de calitate sau alte instrumente de calitate și de marketing.

Pentru a facilita colaborarea în rețea și cooperarea dintre jucătorii lanțurilor de aprovizionare cu produse montane și stabilirea unei platforme europene pentru un lanț de aprovizionare cu produse montane, trebuie încurajate următoarele acțiuni concrete:

- Implicarea în platformă a tuturor jucătorilor lanțului de aprovizionare cu produse montane: producători și organizații de producători, responsabili de prelucrare, comercianți cu amănuntul, consumatori, restaurante și bucătari, autorități locale, școli și universități.
- Definiția clară a strategiei platformei, a obiectivelor, a acțiunilor care au impact asupra economiei, sprijinind exportul produselor montane sau structurarea cooperativelor. Platforma trebuie să identifice, de asemenea, liderii capabili să conducă procesul.
- Reprezentarea inițiativelor existente referitoare la lanțurile de aprovizionare cu produse montane pentru a defini situația artei, pentru a identifica nevoile și restricțiile, pentru a evita multiplicarea inițiativelor și pentru a crea sinergii.

Recomandări privind politica și strategia



Pentru a facilita colaborarea în rețea și cooperarea dintre jucătorii lanțurilor de aprovizionare cu produse montane, vă recomandăm următoarele:

- **Stimularea colaborării în interiorul lanțurilor de aprovizionare cu produse montane prin încurajarea organizației de fermieri și responsabilii cu prelucrarea în cadrul întreprinderilor.** Asigurarea de training de afaceri poate fi esențială pentru a schimba mentalitatea tuturor jucătorilor față de o mentalitate antreprenorială mai mare, obținând astfel competențe specifice pentru consolidarea afacerii acestora.
- **Îmbunătățirea capacităților de prelucrare** prin sprijinirea modernizării și creării de unități de transformare la scară mică în zonele montane.
- **Îmbunătățirea cooperării dintre producători și acțiunile colective de sprijin** (de exemplu, prin cooperative) pentru a asigura atât volume suficiente de aprovizionare, cât și produse autentice. Producătorii la scară mică și responsabilii cu prelucrarea din zonele montane trebuie să fie încurajați pentru a produce produse de calitate, muncind în mod colectiv pentru a fi capabili să ajungă pe piețe mai mari la nivel regional, național și European și/sau pe noi tipuri de piețe (vânzarea online sau coșuri de produse la scară mai largă). Mai mult, această colaborare poate oferi avantaje într-o gamă largă de diferite contexte, cum ar fi, de exemplu, negocierile cu comercianții cu amănuntul, furnizorii, responsabilii de prelucrare sau investițiile tehnologice etc.



www.newcapmountain.eu

Plan de acțiune



O nouă PAC
Munți de
Oportunități

Pentru a facilita colaborarea în rețea și cooperarea dintre jucătorii lanțurilor de aprovizionare cu produse montane, Euromontana a fost rugată să implementeze acțiuni concrete:

Acțiunea 1: Lobby la nivelul UE cu privire la zona montană și în special la produsele montane prin participarea în grupurile de dialog civil, în special cu privire la Calitate și promovare, cu privire la Politica Agricolă Comună și Dezvoltarea rurală, precum și prin platforma EIP-AGRI și rețeaua ENRD. Euromontana trebuie să continue să joace acest rol al interlocutorului principal pentru instituțiile UE și să intervină pe lângă ele pentru a obține o atenție specifică față de teritoriile montane din cadrul diverselor politici europene.

Program: activitate în curs

Acțiunea 2: Stabilirea unei rețele europene a lanțurilor de aprovizionare cu produse montane prin crearea unei platforme care va avea ca scop schimbul de experiență, discutarea problemelor comune, diseminarea informațiilor, dezvoltarea proiectelor pentru a consolida competitivitatea produselor, pentru a explora potențialul produselor montane, pentru a monitoriza și pentru a extinde domeniul de aplicare al termenului opțional „produs montan”. Această platformă trebuie să integreze, de asemenea, ceilalți jucători ai lanțului de aprovizionare cu produse montane, precum universități, companii, comercianți și consumatori și trebuie să acționeze ca forum de schimb virtual în cadrul Euromontana printr-o abordare „de jos în sus”.

Program: din anul 2015 și în următorii ani prin secretariatul Euromontana.

Acțiunea 3: Revizuirea Cartei europene a produselor alimentare montane de calitate prin integrarea noului cadru legislativ și prin implicarea altor părți interesate (precum industria, comerțul, organizațiile de consumatori).

Program: 2015



[http://www.facebook.com/
anewcapmountainsofopportunities](http://www.facebook.com/anewcapmountainsofopportunities)



<https://twitter.com/NewCAPMountain>

www.newcapmountain.eu

Euromontana își asumă răspunderea exclusiv pentru conținutul prezentei fișe, care nu reflectă opiniile Uniunii Europene.