



# Forum Origine, Diversité et Territoires

## Territoires et Produits de Montagne

### Concevoir des systèmes alimentaires durables en montagne

L'agriculture et la commercialisation des produits agro-alimentaires se situent au cœur des problématiques de développement durable des zones montagneuses. Au-delà des nombreuses externalités positives associées à ces régions, de nombreuses contraintes sont à surpasser pour maintenir et soutenir les territoires de montagnes. De nombreuses alternatives existent : labellisations, organisations collectives pour la commercialisation, pour la transformation, pour le transport, diversification de l'activité par le tourisme et la gastronomie, etc.

Le Forum ODT propose de les étudier et de les discuter lors d'un Apprentissage en itinérance de 4 jours en Suisse en amont du Salon du Goût et Terroir de Bulle (Canton de Fribourg).

Les montagnes sont associées à de nombreuses externalités positives :

- Environnementales : réservoirs de biodiversité, source d'eau, fourniture de paysages,
- Attractivité : opportunités pour la pratique d'activités de loisirs, Savoir-faire artisanaux et agroalimentaire
- Santé : bénéfiques en termes de bien-être, de santé et de qualité de vie.

De telles externalités ne sont pas spécifiques aux montagnes mais les contraintes topographiques et climatiques limitent les possibilités d'intensification, orientant l'agriculture vers des systèmes extensifs de cultures pastorales et permanentes. De plus, l'agriculture de montagne est caractérisée par un plus grand nombre d'activités sur ou en dehors de l'exploitation, avec plus de diversification et de pluriactivité. Le tourisme et les activités de loisir représentent pour les montagnes des facteurs clés de développement, de stabilité et de diversification durable ainsi qu'une importante source d'emplois pour les communautés montagnardes.

Le lien entre produits de qualité et identité offre des opportunités tant pour l'accroissement des marchés pour lesdits produits que pour le développement régional, grâce à la notoriété simultanée des produits et des régions. Les productions agricoles et alimentaires représentent enfin des éléments culturels puissants qui lient l'environnement montagnard à sa population humaine au travers de pratiques séculaires comme la fabrication traditionnelle de fromages ou la transhumance, souvent associées au paysage et au patrimoine culturels, à des chansons, festivals et itinéraires culturels.

Pourtant un certain nombre de défis pour les producteurs agricoles de montagne sont identifiés, entre autres :

- Des problèmes d'isolement, d'accessibilité ; le manque de services ; le manque de connaissances, de compétences, des infrastructures qui parfois restent à développer ;
- Des problèmes de compétition entre le maintien des activités économiques et la préservation de l'environnement ;
- Les réseaux entre producteurs, ou entre producteurs et autres acteurs des circuits de commercialisation sont compliqués, ajoutant une difficulté pour les économies d'échelle et le développement coopératif d'infrastructures en matière de transformation, de commercialisation et de transport ;
- La forte saisonnalité des activités agricoles et touristiques.

Main organisers



Co-organisers



Sponsors



Sont alors nécessaires des approches innovantes basées sur la coopération, le partage des ressources, la flexibilité des mécanismes politiques et le développement de circuits de commercialisation de qualité capitalisant sur les forces de l'agriculture de montagne afin de soutenir le développement durable des systèmes agricoles dans les zones montagneuses.

Les certifications liées à la montagne et aux régions offrent un potentiel important de soutien au développement des circuits de commercialisation des produits alimentaires de montagne. Les caractéristiques spécifiques de ces produits liées aux qualités de l'environnement montagnard et/ou à leurs modes de production leur donnent une valeur particulière en tant que produits de niche de haute valeur. Les Appellations d'Origine Contrôlées et Protégées (AOC/AOP) protègent l'identité de certains produits de montagne (par exemple, les fromages d'Abondance ou de Beaufort) ; toutefois, les dénominations elles ne sont pas spécifiques aux montagnes. Au niveau européen, une charte (non réglementaire) des produits agro-alimentaires de montagne de qualité pour labelliser les produits de montagne a été conclue en 2005.

Au-delà des outils de certification des produits, les stratégies d'organisations collectives des producteurs sont essentielles. Ce sont ces organisations qui vont porter et administrer des projets de certification, faciliter la diversification des activités, participer au développement d'un tourisme cohérent et durable, mettre en place des stratégies adaptées pour la commercialisation des produits de montagne garantissant la valorisation des produits, du travail, des savoir-faire, et autres externalités positives pour l'environnement, l'image et le développement du territoire.

## Apprentissage en itinérance – 27 Novembre – 1er Décembre

**Un apprentissage en itinérance pour la rencontre d'organisations et l'étude d'actions collectives pour faire vivre les territoires et produits de montagne.**

Le Forum ODT 2017 propose une formation itinérante en Suisse, qui a pour objectif de poser un regard sur plusieurs formes d'organisations collectives existantes en suisse et de les questionner de la manière suivante :

- Quelles sont les stratégies d'organisation pour la valorisation et la commercialisation des produits, renforcer le lien avec le consommateur, la diversification par l'activité touristique ?
- Quelles stratégies d'accès au marché pour quels objectifs (vente à la ferme, certifications, réseaux de grande distribution, lien avec la restauration, etc.) ?
- Comment mobiliser les producteurs ? Comment les impliquer et les intéresser ?
- Quels rôles des acteurs publics ?
- Quels déterminants pour que l'organisation collective perdure (formes de gouvernances, etc.) ?

Le programme des visites est encore en consolidations (sont envisagées des interprofessions d'un produit AOC, presidium slow food, marque de territoire, réseau de commercialisation à la restauration, etc.)

Le groupe de participants à l'Apprentissage en Itinérance sera constitué de représentants élus ainsi que d'animateurs et de développeurs d'organisations collectives actives dans la valorisation et la commercialisation de produits de montagne, d'établissement de circuits courts, de développement des territoires de montagne, d'agrotourisme, etc.

Les participants visiteront des expériences concrètes et échangeront avec les accueillants sur des aspects de leur activités préalablement travaillés. L'objectif est de proposer un apprentissage au travers d'un échange construit et entre pairs. La dynamique du groupe sera aussi importante dans les échanges, car chaque participant partagera sa propre expérience avec les autres. Enfin, les temps de réflexivité et de prise de recul seront importants pour identifier les apprentissages utiles à transmettre aux membres de son organisation.

Main organisers

Co-organisers

Sponsors





Origin  
Diversity  
Territories

## Note de concept

Publié le 14 Avril 2017

Une journée de séminaire au sein du Salon des Gouts et Terroirs à Bulle est organisée le 1er Décembre, lors de laquelle interviendront entre autres des représentants de la FAO, de Slow Food, du Ministère de l'Agriculture Suisse (Initiative Slow Alps, portée par Slow Food International, Initiative de labellisation « Produit de montagne » portée par FAO – Mountain Partnership). Les participants présenteront leur organisation, leur projet et leur retour d'apprentissage lors de cette journée.

### Référence :

Rob McMorran, Fabien Santini, Fatmir Guri, Sergio Gomez-y-Paloma, Martin Price, Olivier Beucherie, Christine Monticelli, Alexia Rouby, Delphine Vitrolles et Guillaume Cloye, « Un label européen pour les produits alimentaires de montagne ? », Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine [En ligne], 103-4 | 2015, mis en ligne le 14 mai 2015, consulté le 22 mars 2017. URL : <http://rga.revues.org/2699> ; DOI : 10.4000/rga.2699

**Euromontana**, <http://www.euromontana.org>

Main organisers



Co-organisers



Sponsors

