

VALORISER LES PRODUITS DE MONTAGNE VALORIZZARE I PRODOTTI DI MONTAGNA



Coopération transfrontalière - Cooperazione transfrontaliera

Programme LEADER 2014-2022

Restitution le 16 décembre 2021 à SALBERTRAND



PROGRAMME-PROGRAMMA

FR

9h45 – Accueil

Mot d'accueil – Introduction du séminaire

10h15 – Présentation des travaux conduits

Cadrage et Méthodologie – Présentation du label Produit de Montagne

Identifier les produits de montagne, Intérêt pour les producteurs, les filières et le territoire ?

- Qu'est-ce qu'un produit de montagne ou d'alpage ? Essai de définition
- Un intérêt partagé, mais pas forcément économique
- Nécessité d'une implication de l'aval et des territoires

□ Échange avec la salle

Comment communiquer sur les produits de montagne ?

- Retours des enquêtes consommateurs Français / Italiens
- Le message des agriculteurs à destination des usagers des espaces de montagne, des besoins de communication et de sensibilisation des consommateurs
- Des services écosystémiques rendus en réponse aux attentes sociétales, des arguments à faire valoir

□ Échange avec la salle

11h45 – Pistes de poursuites envisagées

À quelle échelle de territoire ? Avec quels acteurs ? Filières, distributeurs, tourisme...

- Vers un cahier des charges de production Produit de Montagne / d'Alpage
- Vers un projet de communication / sensibilisation des consommateurs
- Vers un projet Agritouristique autour du goût ?

12h30 – 15h30 Déjeuner animé

Table d'échanges sur les pistes d'actions / Restitution

IT

9.45 – Accoglienza

Saluti – Introduzione al seminario

10.15 – Presentazione dei lavori condotti

Inquadramento e metodologia– Presentazione dell'IFQ Prodotto di montagna

Identificare i prodotti di montagna, qual è l'interesse per i produttori, le filiere e il territorio?

- Cos'è un prodotto di montagna o d'alpeggio? Tentativi di definizione
- Un interesse condiviso, ma non necessariamente economico
- Necessità di coinvolgere i fondivalle e i sistemi territoriali più allargati

Discussione aperta al pubblico

Quale comunicazione per i prodotti di montagna?

- Feedback dall'inchiesta sui consumatori francesi/italiani
- Il messaggio degli agricoltori agli utenti delle zone di montagna, la comunicazione e le esigenze di sensibilizzazione dei consumatori
- Approcci esistenti, argomenti da proporre (alto valore ambientale, basso carbonio, beni ecosistemici)

Discussione aperta al pubblico

11.45 – Sviluppi futuri auspicabili

A quale scala territoriale? Con quali attori? Filiere, distributori, turismo.

- Verso una strada condivisa Prodotto di montagna/d'alpeggio
- Verso un progetto di comunicazione /sensibilizzazione dei consumatori
- Verso un progetto di turismo rurale intorno al gusto

12.30- 15.00 – PRANZO CON ATELIER TEMATICI D'ANIMAZIONE

PROJET DE COOPERATION LEADER/ PROGETTO DI COOPERAZIONE LEADER

- Poser des **bases prospectives au développement de nouvelles formes de valorisation** des produits de montagne , incluant la mention européenne "**produit de montagne**"

Porre le **basi per lo sviluppo di nuove forme di promozione** dei prodotti di montagna, compresa l'IFQ europea "**Prodotto di montagna**"

- **Renforcer l'identité commune « montagne »**

Rinforzare un'identità comune "montana"

- Travailler avec et pour les professionnels sur la valorisation des produits de montagne afin de définir **des clés de valorisation de potentielles futures filières**

Lavorare con e per i professionisti della promozione dei prodotti di montagna per definire **le chiavi di promozione dei potenziali settori futuri**



Une étude co-construite avec les professionnels/ Uno studio co-costruito con gli attori

Phase 1

- Partage et définition des contours de l'étude

Fase 1

- Condivisione e definizione dello studio

Phase 2

- Réalisation de l'étude

Fase 2

- Realizzazione dello studio

Phase 3

- Séminaire et atelier de réflexions

Fase 3

- Seminario di restituzione e atelier

D'où nous sommes partis (cadrage et méthodologie)

Da dove abbiamo cominciato (inquadramento e metodologia)



Le label "Produit de montagne"/L'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di montagna"
(Règlement- Regolamento UE n. 1151/2012 et n. 665/2014)

- Label européen/marchio europeo
- Localisation dans une zone de montagne, telle que définie à l'art. 32, par. 2 du Règl. UE n. 1305/2013 (PDR) - Règlement (CE) n. 1257/1999 / Sede situata in zona di montagna, come definita ai sensi dell'art. 32, par. 2 del reg. UE n. 1305/2013 (PSR) - Regolamento (CE) n. 1257/1999
- Sélection de deux filières: produits carnés et lait-fromages/Selezione di 2 filiere: carne e lattiero-casearia

Conditions d'application/Condizioni di applicabilità

1. Le label "produit de montagne" n'est utilisé que pour décrire les **produits destinés à la consommation humaine** pour lesquels :

- (a) tant les **matières premières que les aliments pour animaux** proviennent essentiellement des zones de montagne ;
- (b) dans le cas des produits transformés, la **transformation**, y compris la maturation et l'affinage, a également lieu dans les zones de montagne

L'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di montagna" è utilizzata unicamente per descrivere i **prodotti destinati al consumo umano** per i quali:

- a) sia le **materie prime che gli alimenti per animali** provengono essenzialmente da zone di montagna;
- b) nel caso dei prodotti trasformati, anche la **trasformazione**, compresa la stagionatura e la maturazione, ha luogo in zone di montagna.

2. Le label peut être appliqué aux produits :

- (a) obtenus à partir d'**animaux élevés** dans les zones de montagne et transformés dans ces zones ;
- (b) dérivés d'animaux élevés pendant au moins les **deux derniers tiers de leur cycle de vie dans des zones de montagne**, si les produits sont transformés dans ces zones ;
- (c) issus d'**animaux de transhumance élevés pendant au moins un quart de leur vie sur des pâturages de transhumance dans les zones de montagne.**

L'indicazione facoltativa di qualità "Prodotto di montagna" può essere applicata ai prodotti:

- a) ottenuti da **animali allevati** nelle zone di montagna e trasformati in tali zone;
- b) derivanti da **animali allevati, per almeno gli ultimi due terzi del loro ciclo di vita, in zone di montagna**, se i prodotti sono trasformati in tali zone;
- c) derivanti da **animali transumanti allevati, per almeno un quarto della loro vita, in pascoli di transumanza** nelle zone di montagna.

3. Si la proportion d'aliments pour animaux non produits dans les zones de montagne constituant le régime alimentaire annuel, exprimée en pourcentage de la matière sèche, ne dépasse pas

(a) **50 % pour les animaux d'élevage autres que les ruminants et les cochons ;**

(b) **40% pour les ruminants ;**

(c) **75% pour les cochons**

Se la **proporzione di mangimi non prodotti in zone di montagna**, costituente la dieta annuale ed espressa in percentuale di sostanza secca, non supera:

a) **il 50% per gli animali di allevamento diversi dai ruminanti e dai suini;**

b) **il 40% per i ruminanti;**

c) **il 75% per i suini.**



lieux abattage: ≤ 30 km

macellazione : ≤ 30 km

fromagerie ≤ 30 km mais dérogations Italie ≤ 10 km

caseificio ≤ 30 km ma deroga in Italia ≤ 10 km





Suivi de la Mention Montagne /

Verifica dell'Indicazione facoltativa prodotto di montagna

en Italie: suivi des régions

in Italia: procedure seguite dalle Regioni

registre mis à jour tous les 6 mois

registro delle imprese aggiornato ogni 6 mesi

en Décembre 2020: 288 exploitations

(maintenant 332) dans les 6 différentes filières.

43 exploitations dans le territoire du GAL EVV

dont 11 dans les filières choisies pour l'étude.

a Dicembre 2020: 288 imprese agricole (ora

332) nelle 6 filiere. 43 imprese sul territorio

GAL EVV di cui 11 nelle filiere scelte dal

progetto..

en France : Pas de suivi

in Francia: procedura di iscrizione non seguita

Procédure facultative, possibilité de faire une déclaration mais pas obligatoire, Suivi uniquement par contrôle

procedura facoltativa, possibilità di dichiarare l'adesione ma non obbligatoria, unicamente a seguito di controllo

Jusqu'en 2013 : Mention Française avec arrêté préfectoral

A partir de 2014 : Déclaration Facultative Ue

8 déclarations, dont 1 en fromage et 7 en miel

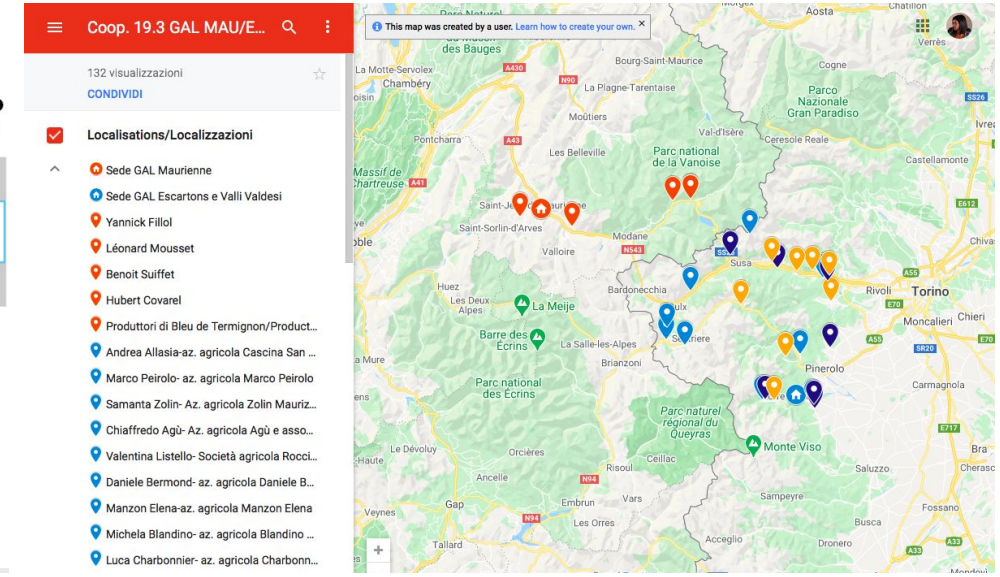
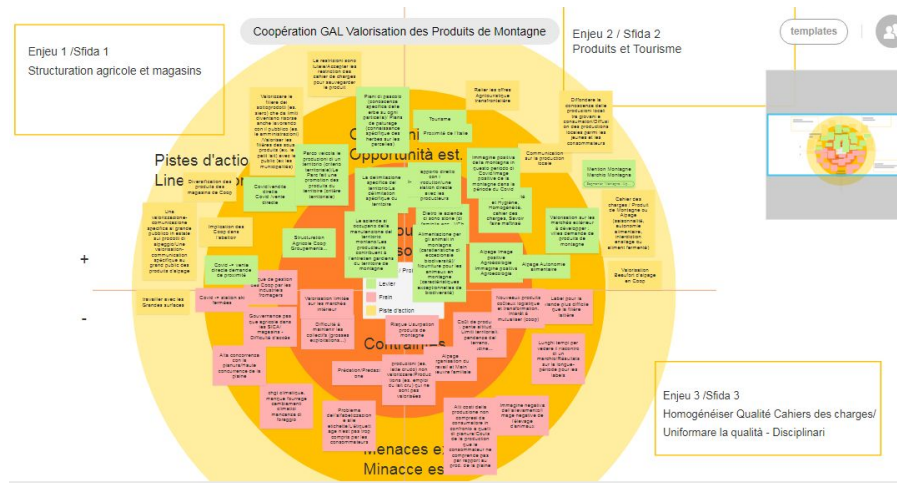
fino al 2013: Indicazione Fr a seguito di controlli prefettura

dal 2014: dichiarazione facoltativa UE, 8 dichiarazioni di cui 1 per filiera lattiero-casearia e 7 per filiera apistica

En PACA : 5 en charcuterie, 4 en fromages, 2 en viande bovine, mais 280 en miel + liqueurs tisanes, jus, confitures...

nella regione PACA: 5 in prodotti di salumeria, 4 in prodotti lattiero-caseari, 2 in carne bovina, ma 280 in miele +liquori/tisane, succhi ...

Méthodologie 1° phase/Metodologia 1° fase:



Les axes de travail dégagés/Gli assi di lavoro individuati

1. **Travailler sur un cahier des charges spécifique à ces territoires qui accompagne la Mention Produits de montagne**
 Un cahier des charges plus strict, précisant le territoire, la saisonnalité des produits, l'alimentation des animaux...
 1. **Lavorare per un disciplinare specifico per questi territori che accompagni l'IFQ Prodotto di montagna**
 Un disciplinare più rigido, che specifichi il territorio, la stagionalità dei prodotti, l'alimentazione degli animali...
2. **Communication auprès des consommateurs** Une communication via l'étiquetage, Communication positive sur l'élevage pastoral : plans de pâturages favorisant la biodiversité floristique, stockage de carbone
 2. **Comunicazione al consumatore** Comunicazione attraverso l'etichettatura, Comunicazione positiva sull'allevamento animale: piani di pascolo che promuovono la biodiversità della flora, stoccaggio del carbonio

Méthodologie 2° phase/Metodologia 2° fase:

1. Enquêtes de producteurs et entretiens semi-directifs /
Inchiesta sui produttori e interviste semistrutturate
2. Questionnaire en ligne pour les consommateurs sur le produit de montagne et les labels/
Questionario on line rivolto ai consumatori sull'IFQ "Prodotto di montagna" e i marchi
3. Enquête en France sur la HVE (Haute Valeur Environnementale)
Inchiesta in Francia sulla HVE (Haute Valeur Environnementale)



Sezione 1 di 4

Il marchio europeo "Prodotto di montagna"

Nell'ambito di un programma di cooperazione transfrontaliera tra il Gruppo di Azione Locale (GAL) Maurienne (capofila) e il GAL Escartons e Valli Valdesi, rientrante nella misura 19.3 "azione di cooperazione" del programma europeo di sviluppo rurale LEADER, il GAL Escartons e Valli Valdesi sta analizzando la conoscenza relativa al marchio europeo "Prodotto di montagna" applicato alla carne e ai prodotti lattiero-caseari e i consumi di tali prodotti. Il marchio ha lo scopo di aumentare le opportunità economiche locali per gli agricoltori e allevatori e allo stesso tempo rendere il prodotto più trasparente per il consumatore.

- IL SONDAGGIO È TOTALMENTE ANONIMO, I DATI RACCOLTI RIMANGONO CONFIDENZIALI
- TEMPO STIMATO DI COMPILAZIONE: 5 MINUTI

Dopo la sezione 1 Continua alla sezione successiva

I. Identifier les produits de montagne / Identificare i prodotti di montagna



I. Cahier des charges- **Disciplinare**

Produit de montagne ou d'Alpage?/ Prodotto di montagna o d'alpeggio?

- Montagne : zone ICHN (y compris en bas de la vallée)+ art. 32, par. 2 del reg. UE n. 1305/2013
- Alpages : > 1500 mètres, production saisonnière, conditions de travail, pastoralisme
- Distinction Montagne/Alpage de la Région Piémont pour les fromages AOP/IGP: DGR 17-13049 19/07/2004+ Cirulaire du 8 août 2018
- Montagna: per IFQ zona di montagna, come definita ai sensi dell'art. 32, par. 2 del reg. UE n. 1305/2013
- Pascoli alpini: > 1500 metri, produzione stagionale, condizioni di lavoro, pastorizia
- Distinzione Alpeggio per i formaggi DOP/IGP Regione Piemonte: DGR 17-13049 19/07/2004 + Circolare 8 agosto 2018



Cahier des charges envisagé en lait / Disciplinare per il latte e i prodotti derivati

- **Une zone délimitée géographiquement**, pas d'achat / revente.
Un'area geograficamente definita, senza acquisto o rivendita
- Alimentation à l'herbe : % min d'herbe. Pas d'ensilage, Pas de production hors sol.
Allevati a erba: minimo % di erba. Niente insilato, nessuna produzione fuori suolo.
- Foin de l'exploitation ou produit localement en montagne, dérogation % pour les céréales/concentrés achetés l'hiver ?
Fieno dell'azienda o prodotto localmente e in montagna, deroga % + flessibilità per i cereali / concentrato acquistati in inverno?
- Pratiques respectueuses de l'environnement : chargement maximum, % minimum de prairies permanentes, Maîtrise des intrants : pas d'engrais, amendements uniquement du fumier de l'exploitation, Garantie de nb de jours de pâturage
Pratiche rispettose dell'ambiente: tasso di carico massimo, % minima di pascolo permanente, controllo degli input: niente fertilizzanti, emendamenti solo letame dell'azienda, garanzia che gli animali siano all'aperto: numero di giorni di pascolo



Cahier des charges envisagé en lait/ Disciplinary per il latte e i prodotti derivati



- Pasteurisation autorisée ou non pour la transformation ?

Pastorizzazione autorizzata o meno per la trasformazione?

- Pour les producteurs italiens, nécessité d'inclure une clause pour la localisation de la laiterie rattachée à l'exploitation, nécessairement < 10 km (à vol d'oiseau) de la zone de montagne/

Per alcuni produttori italiani vi sarebbe la necessità di inserire la clausola del caseificio annesso all'azienda agricola, di fatto eliminando la distanza di 10 km in linea d'aria dal confine amministrativo con la zona di montagna.

De manière plus transversale

- Périodicité / saisonnalité des produits de montagne.

Periodicità/stagionalità dei prodotti di montagna

- Notion de rémunération équitable : mode de production qui respecte les conditions de vie des éleveurs.

Nozione di remunerazione equa: metodo di produzione che rispetta le condizioni di vita dei contadini.

Cahier des charges envisagé en viande/ Proposte per il disciplinare prodotti carne

Les précédents critères + critères spécifiques/ I criteri precedenti più alcuni criteri specifici

- Respect de la nature de l'animal, bien-être animal : Abattage : local, dans une petite structure
Rispetto della natura dell'animale, benessere degli animali. Macellazione: locale, in una piccola struttura
- Né, élevé, abattu, transformé en zone de montagne (<30 km : possibilité de prévoir moins)
La Mention Montagne prévoit $\frac{1}{4}$ de la vie en montagne pour inclure les animaux transhumants
Nato, allevato, macellato, lavorato in zone di montagna (<30 km, possibilità di prevedere meno km).
L'indicazione facoltativa di qualità européenne prévoit che gli animali transumanti passino almeno $\frac{1}{4}$ della loro vita in montagna.
- Traçabilité pour la viande vive (animal sur pied) : difficultés à tracer le "produit de montagne" (la Mention est remis à l'éleveur).
Filiera carni fresche: difficoltà di tracciatura del "Prodotto di montagna" (l'IFQ è data all'allevatore).



? abattage (<30km zone de montagne) ? deroga su macello

? vie en montagne / transhumants ? vita in montagna/ animali transumanti

? traçabilité pour la filière animal sur pied ? tracciabilità della filiera carni fresche

I. Intérêt pour les producteurs, les filières et le territoire ?

I. Qual è l'interesse per i produttori, le filiere e il territorio?



Retour d'intérêt des producteurs- Ritorno di interesse dei produttori

Intérêt pour la Montagne du bas / Interesse per la bassa montagna

- Hors SIQO : pas de valorisation complémentaire possible en SIQO, plutôt viser les produits hors AOP IGP (Tommes)
Al di fuori delle SIQO: nessuna promozione supplementare, piuttosto puntare sulla Tomme de Montagne, per tutti i prodotti al di fuori delle DOP/ IGP in generale.



- Hors Circuits courts : en vente directe, les consommateurs connaissent la localisation de l'exploitation. Peu de marge pour mieux valoriser et rester accessible à la population locale. **Besoin d'un nom pour Voyager/**
Al di fuori dei circuiti corti: i consumatori conoscono l'ubicazione della azienda dove si fa vendita diretta. Poco margine per valorizzare meglio il prodotto lasciandolo accessibile alla popolazione locale. **I prodotti hanno bisogno di un nome per "viaggiare"**

- Circuits plus long sur des produits en recherche de débouchés
En ovin : une revalorisation de l'agneau français a eu lieu les dernières années, difficile d'aller plus loin
En bovin : pourrait intéresser des producteurs en circuit long, débouché pour les veaux ?

Circuiti più lunghi per prodotti in cerca di sbocchi

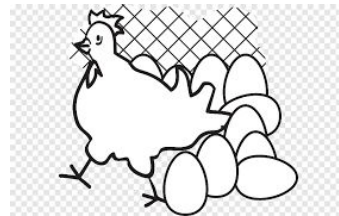
Negli ovini: negli ultimi anni vi è stata una rivalutazione dell'agnello francese, difficile andare oltre

Bovini: potrebbe essere interessante per i produttori nei circuiti lunghi, sbocco per i vitelli?



Retour d'intérêt des producteurs- Ritorno di interesse dei produttori

- Le beurre (Coopératives) : recherche de débouché le printemps et début d'été
Burro (Cooperative): alla ricerca di uno sbocco in primavera e all'inizio dell'estate
- **Autres pistes** : Œufs, volailles, vins et, à l'Artisanat
Altre possibilità: Uova, pollame, vino e artigianato



Retour d'intérêt des producteurs / territoires

Ritorno di interesse dei produttori/ territori

Intérêt Autre qu'économique / Interesse che oltrepassa l'aspetto economico

- **Rassurer les consommateurs** méfiants sur les méthodes de production
- **Communiquer sur les aménités** des produits de montagne
- **Recréer un lien** avec les consommateurs et permettre d'améliorer le respect des pratiques et le partage de l'espace
- **Mutualisation de moyens pour la communication** : logo, marque, sites internet...
- Intérêt de la Mention : rassemble des produits Montagne/d'Alpage et incite à une **diversification des productions**
- **Faire connaître les territoires**

- **Rassicurare i consumatori** che diffidano dei metodi di produzione
- **Comunicare i vantaggi** apportati agli altri territori e le cosiddette amenità ambientali dei prodotti di montagna
- **Ricreare un legame** con i consumatori e migliorare il riconoscimento delle pratiche e la condivisione degli spazi
- **Mutualizzazione dei mezzi di comunicazione**: logo, marchio, siti web, ecc.
- Interesse di una indicazione di qualité "Montagna" que raccoglie prodotti di montagna e d'alpeggio per **favorire una diversificazione delle produzioni**
- **Far conoscere i territori**

Intérêt territorial / synergie Agritourisme

Interesse territoriale/ sinergia con Agriturismo

Du point de vue Coopérative :

- Intérêt économique trop faible pour une démarche portée par les producteurs
- Intérêt pour le territoire, basé sur les initiatives existantes : La Maurienne dans l'assiette, Terroir de Maurienne
- En lien avec les démarches agritouristiques

Dal punto di vista della Cooperativa:

- Interesse economico troppo basso perché siano i produttori ad occuparsene
- Interesse per il territorio, sulla base delle iniziative esistenti: La Maurienne dans l'assiette, Terroir de Maurienne
- In relazione alle iniziative di agriturismo/turismo rurale



Intérêt territorial / synergie Agritourisme

Interesse territoriale/ sinergia con Agriturismo



Retour de projets Agritourisme

- Sentiers Maurienne Ita : vélo, VTT
- Projet alpin transfrontalier France / Italie (ALCOTRA /Interreg) "tourisme du goût " : annuaire des produits de montagne Montagne à la carte

Ritorno dei progetti sull'agriturismo

- Sentieri Maurienne Ita: ciclismo, mountain bike
- Progetto transfrontaliero alpino Francia/Italia (ALCOTRA/Interreg) Turismo del gusto : elenco dei prodotti di montagna, "Montagne à la carte"

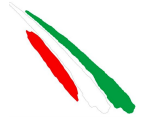


II. Comment communiquer sur les produits de montagne ? / Come comunicare i prodotti di montagna ?



Résultats du questionnaire en ligne/Risultati del questionario online

- Les produits les plus représentatifs des Alpes/ I prodotti più rappresentativi delle Alpi



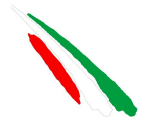
fromage (90%), suivi des pommes de terre (51,5%) et du miel (48,5%)
formaggio (90%), patate (51,5%), miele (48,5%)



fromages, charcuteries salaison, liqueurs et vins, fruits ou miel et épicerie
formaggi, salumi, liquori e vini, frutta o miele e alimentari



- La viande la plus associée aux Alpes /La carne che viene maggiormente associata alle Alpi



viande bovine
carne bovina



agneau d'alpage
agnello d'alpeggio



- Le terme Montagne est trop général, nécessité de mieux identifier le territoire
Il termine “montagna” è troppo generico, bisogna identificare meglio il territorio.
- Les Produits de montagne répondent aux attentes des consommateurs en termes de qualité : bien-être animal, pâturage
I prodotti di montagna rispondono alle aspettative dei consumatori in termini di qualità: benessere degli animali, pascolo.
- Les consommateurs orientent leurs achats vers des produits à provenance locale plus qu'en fonction du prix
I consumatori orientano i loro acquisti verso prodotti di provenienza locale piuttosto che in funzione del prezzo.
- Les consommateurs ont du mal à identifier la provenance alpine d'une viande. -->Intérêt à mettre en avant la provenance montagne
I consumatori hanno difficoltà a identificare l'origine alpina di una carne. -->Interesse a evidenziare la provenienza montana



- 85% des enquêtés en France considèrent qu'une mention "Alpes" serait valorisante pour les viandes de montagne. Très grande majorité considère que ces viandes sont insuffisamment mises en avant

L'85% degli intervistati in Francia ritiene che un'etichetta "Alpeggio" valorizzerebbe le carni di montagna. La stragrande maggioranza ritiene che queste carni non siano sufficientemente promosse.

- **"L'animal est né, a été élevé et abattu en zone de montagne" et "pendant l'hiver, l'animal est nourri avec des aliments produits exclusivement dans les zones de montagne (foin fauché en altitude et herbe pendant l'été)"** sont parmi les critères qui mieux spécifient le "Produit de montagne" selon l'échantillon italien

Tra i criteri ritenuti sufficienti affinché un prodotto a base di carne possa essere etichettato come "Prodotto di montagna" quello ritenuto maggiormente sufficiente è il criterio **"L'animale è nato, allevato e macellato in zone di montagna"**. Segue il criterio **"durante l'inverno l'animale è nutrito con alimenti prodotti esclusivamente in zone di montagna (fieno sfalciato in altitudine ed erba nel periodo estivo)"**





78% de l'échantillon **ne connaissent pas** la mention, ni le logo del campione **non conosce l'IFQ, né il logo.**

57% de l'échantillon a vu le logos sur des étiquettes de produits laitiers
ha visto il logo applicato sulle etichette di **prodotti lattiero-caseari.**

0% Personne ne dit l'avoir vu sur les étiquettes de viande fraîche ou transformée
Nessuno dice di averlo visto sulle etichette di carne fresca o trasformata

53% de l'échantillon aimerait d'abord s'informer sur l'**histoire locale** décrivant l'agriculture de montagne del campione vorrebbe in primo luogo apprendere informazioni sulla **storia locale** che descrive l'agricoltura di montagna

Pistes à poursuivre selon les interviewés / Azioni da intraprendere secondo gli intervistati

- Promotion de l'indication facultative de qualité et du logo par des campagnes au niveau régional, par les **médias locaux et la presse**
Promozione dell'indicazione facoltativa di qualità e del logo attraverso campagne a livello regionale, tramite **media e la stampa locali**;
- **Groupements d'achat** entre producteurs pour commander des étiquettes, des sacs pour l'emballage et le merchandising liés au logo du produit de montagne, afin de réduire les coûts d'achat, également à travers une ligne graphique commune
Gruppi di acquisto tra produttori per l'ordine di etichette, sacchetti, borse per il packaging e per il merchandising relativo al logo prodotto di montagna, per abbattere i costi di acquisto, anche attraverso una linea grafica comune;

- **Guides papier** pour guider le consommateur vers les productions locales des Vallées et distribution dans les points de vente, les offices du tourisme, les foires et les événements thématiques (voir le guide des alpages de l'ASL TO3, considéré par les producteurs comme un bon outil mais malheureusement disponible uniquement en ligne sur le site de l'Asl)

Guide cartaceo di orientamento per il consumatore alle produzioni locali delle Valli e distribuzione presso i punti vendita, uffici del turismo, fiere e manifestazioni tematiche (si veda la guida agli alpeggi dell'ASL TO3, considerata dai produttori un buon strumento ma purtroppo consultabile solo on line sul sito dell'Asl)

- **Promotion de l'indication lors de foires et d'événements thématiques**, pour faire connaître l'indication au grand public et permettre la reconnaissance du logo affiché par les producteurs

Momenti di promozione dell'indicazione durante fiere e manifestazioni tematiche, per far conoscere l'indicazione al largo pubblico e permetterne la riconoscibilità del logo esposto dai produttori.

II. Communication aux consommateurs Comunicazione ai consumatori

Projet Biodiv'Alpes ALCOTRA PITEM - Probioliv **PROBIODIV/ Progetto Biodiv'Alpes ALCOTRA PITEM -** **Probioliv**

Une enquête consommateurs du marché italien pour évaluer la volonté à payer pour la valeur environnementale.

Inchiesta quantitativa sui consumatori del mercato italiano per valutare la volontà di pagare per il "valore ambientale"

Forte volonté à payer

Forte disponibilité à payer de plus

enjeu: mise en place d'une communication efficace

sfida: costruzione di una comunicazione efficace



II. Communication aux consommateurs Comunicazione ai consumatori

Projet Biodiv'Alpes ALCOTRA PITEM / Projet simple n°5 PROBIODIV

Action « Marketing territorial et réseau des entreprises et gestionnaires de la biodiversité pour la valorisation du territoire »

Azione "Marketing territoriale e rete di imprese e gestori di biodiversità per la valorizzazione del territorio"

Mise en valeur des **produits labellisés à travers la création d'un QR code** qui, à travers des vidéo, des descriptions et des images, communique le processus de production.

Valorizzazione dei **prodotti labellizzati attraverso la creazione di un QR code** che, attraverso video, descrizioni e immagini, comunica il processo di .

Selon des critères : Localisation des pâturages, Alimentation locale des animaux, Intrants
secondo criteri: Localizzazione dei pascoli, Alimentazione animale locale, Input



Projet Biodiv'Alpes ALCOTRA PITEM / Projet simple n°5 PROBIODIV

Critères / indicateurs pour les fromages- Criteri/indicatori per i formaggi

Facteur de contamination	Facteur de multiplication	
	si dans la zone protégée	2
	si 0 sources de pollution en 10 km	1
	si 1 source de pollution sur 10 km	0.8
	si 2 sources de pollution sur 10 km	0.7
	si 3 sources de pollution sur 10 km	0.6
si > 3 sources de pollution sur 10 km	0.5	

Par mois et/ou %
d'alimentation

Répartition géographique	Pâturages alpins	10
	Pâturage	5
	Stable	0
Alimentazione	Tondeuse locale	4
	Fauchage acheté	2
	Aliments biologiques	2
	Alimentation	0
Entrées supplémentaires	Facteur multiplicateur	
	production propre	1
	apport organique	0.8
	intrants provenant d'autres sources	0

Exploitation qui garde ses animaux en alpage pendant 4 mois et les nourrit à partir d'une fauche locale avec des apports organiques obtiendrait un score de :

$$4 \text{ mesi} * 10 * + 8 \text{ mesi} * 0 + 8 \text{ mesi} * 4 * 0.8 = 80 + 0 + 25.6 = 66$$

Un'azienda che tiene i suoi animali in alpeggio per 4 mesi e li nutre dallo sfalcio locale con apporti organici otterrebbe un punteggio di: 4 mesi * 10 * + 8 mesi * 0

$$+ 8 \text{ mesi} * 4 * 0.8 = 80 + 0 + 25.6 = 66$$

Exploita qui garde les animaux en alpage en zone Protégée pendant 5 mois et qui pâture dans la zone sans source de pollution et sans source de contamination avec une alimentation assistée issue de la production BIO pour 20% de l'alimentation totale atteindrait

$$5 \text{ mesi} * 10 * 2 + 7 \text{ mesi} * 5 * 1 + 7 \text{ mesi} * 0.8 * 0.2 = 136$$

Un'azienda che tiene gli animali al pascolo nell'Area Protetta per 5 mesi e che pascola nell'area senza alcuna fonte di inquinamento e senza alcuna fonte di contaminazione con un mangime assistito da produzione biologica per il 20% dell'alimentazione totale raggiungerebbe

$$5 \text{ mesi} * 10 * 2 + 7 \text{ mesi} * 5 * 1 + 7 \text{ mesi} * 0,8 * 0,2 = 136$$

II. Communication aux consommateurs Comunicazione ai consumatori

Diagnostics **Haute valeur environnementale et Bas Carbone** : situation des exploitations par rapport aux Alpes, des arguments / critères à faire valoir

Analisi dell' **alto valore ambientale e basso contenuto di carbonio**: situazione delle aziende agricole in relazione alle Alpi, argomenti da presentare



HVE : Haute Valeur Environnementale Ministère Agriculture France.

HVE: Alto valore ambientale del Ministero dell'Agricoltura francese.

Diagnostics d'élevages de montagne conduits par le Suaci

Diagnosi di aziende di montagna condotta da Suaci

4 volets évalués, Résultats spécifiques à la Maurienne :

- **Biodiversité** : quasi 100% de la SAU en Prairies Permanentes, beaucoup de haies (20 à 80% de la SAU)
- **Fertilisation** : 3 exploitations < 30kg N/ha (<< seuil 60kgN/ha), 1 exploitation manque de foncier
Aucune exploitation n'apporte d'engrais chimique, uniquement le fumier de la ferme
- **Produits phyto** : 1 seule exploitation utilise un herbicide sur 5% de sa surface, occasionnellement
- **Irrigation** : 1 exploitation irrigue 4% de sa surface

→ 1 seule exploitation n'obtient pas le label Haute Valeur Environnementale par manque de foncier
Risque d'exclusion pour les systèmes irriguant par canaux gravitaires (passage à l'aspersion)

4 aspetti valutati:

- **Biodiversità**: quasi il 100% della SAU in praterie permanenti, molti cespugli (dal 20 all'80% della SAU)
- **Concimazione**: 1 azienda manca di terra ma gli altri 3 < 30kg N/ha (< soglia 60kg N/ha)
Nessuna azienda usa fertilizzanti chimici, solo letame proveniente dalla stessa
- **Prodotti fitosanitari**: 1 azienda agricola utilizza occasionalmente un erbicida sul 5% della sua superficie
- **Irrigazione**: 1 azienda irriga il 4% della sua superficie

→ Solo 1 azienda non ottiene l'etichetta Alto Valore Ambientale per mancanza di terra
Rischio di esclusione per i sistemi che irrigano con canali a gravità (passare agli irrigatori)

HVE

N° Farms	Biodiversity		Fertilization		Phytosanitary		Irrigation	
	AEI	Points	Nitrogen balance	Points	Treated UAA	Points	Irrigated UAA	Points
	%		<i>N / kg / ha</i>		%		%	
1	20	24	31	24	0	10	0	10
2	90	22	19	11	5	10	0	10
3	21	20	133	3	10	10	0	10
4	10	25	66	10	0	10	0	10
5	10	15	80	10	0	10	0	10
6	31	21	63	18	0	10	0	10
7	20	25	14	23	0	10	0	10
8	25	25	9	24	0	10	0	10
9	139	21	71	12	58	10	0	10
10	42	14	71	10	0	10	0	10
11	65	26	84	3	0	10	0	10
12	116	23	68	10	10	10	0	10
13	50	17	48	14	0	10	0	10
14	30	24	32	15	0	10	0	10
15	74	22	45	20	0	10	0	10
16	74	23	63	20	0	10	0	10
17	82	22	30	14	0	10	0	10
18	47	23	53	22	0	10	0	10
19	20	24	44	20	0	10	0	10
20	76	24	22	23	0	10	0	10
21	17	24	18	25	0	10	0	10
22	53	24	123	7	5	10	0	10
23	40	24	27	18	0	10	4	10
24	10	21	56	21	0	10	20	2
25	10	21	55	16	0	10	11	14
26	40	25	57	14	0	10	14	10
27	16	26	43	17	0	10	4	10
28	17	25	31	21	0	10	0	10
29	13	22	54	12	0	10	35	16
30	10	24	57	15	0	10	7	0

En Maurienne
In Maurienne

II. Communication aux consommateurs Comunicazione ai consumatori

Carbone : Empreinte Carbone Cap2 ER réalisé sur une dizaine d'élevages alpins par le Suaci
1 élevage laitier diagnostiqué en Maurienne sur le bilan Carbone

Carbonio: valutazione del Carbonio Cap2 ER effettuata su dieci aziende agricole alpine da Suaci
1 azienda lattiera diagnosticata in Maurienne per il bilancio del carbonio

Emission de CO² quasi nulle : 0,08 kg CO₂ par litre de lait produit,
contre 0,50 kg CO² /L lait environ sur les exploitations alpines, et 0,83 kg CO²/ L lait en France.

Produzione di carbonio quasi pari a zero: 0,08 kg di CO₂ per litro di latte prodotto,
rispetto a circa 0,50 kg CO² /L di latte nelle fattorie alpine e 0,83 kg CO²/ L di latte in Francia.

94% des émissions compensées grâce aux Prairies qui stockent du carbone (100% de la SAU),
75% de l'excédent d'azote est stocké dans le sol, et 25% perdu vers l'air.

94% delle emissioni compensate grazie alle praterie che immagazzinano anidride carbonica (100% della SAU),
Il 75% dell'azoto in eccesso viene immagazzinato nel suolo e il 25% viene perso nell'aria.

LABEL BAS
CARBONE



III. Poursuite : à quelle échelle ? Avec qui ?

Proseguimento: a quale scala? Con chi?

Matériaux mobilisables pour répondre à cette question :

- Les enquêtes terrain en Maurienne et dans le territoire du GAL EVV plaident pour la poursuite des échanges d'information et d'intérêt mais pour une mise en place opérationnelle à l'échelle de chaque territoire

Materiali che possono essere utilizzati per rispondere a questa domanda:

- Le inchieste sul campo in Maurienne e nel territorio del GAL EVV raccomandano la continuazione dello scambio d'informazioni e d'interesse ma un'attuazione operativa a livello di ogni territorio

Atelier 2 et 3 → Identifier les pistes de projets Interne à chaque territoire ou en transfrontalier

Atelier 2 e 3 → Identificare le opportunità di progetto a livello di ogni territorio o transfrontaliere

III. Poursuite : à quelle échelle ? Avec qui ?

Proseguimento: a quale scala? Con chi?

Pour l'Atelier 3 Vers un projet Agritouristique autour du goût ?



Retour de projets Agritourisme

- Sentiers Maurienne Ita : vélo, VTT
- Projet alpin transfrontalier France / Italie (ALCOTRA /Interreg) "tourisme du goût " : annuaire des produits de montagne Montagne à la carte

Ritorno dei progetti sull'agriturismo/turismo rurale

- Sentieri Maurienne Ita: ciclismo, mountain bike
- Progetto transfrontaliero alpino Francia/Italia (ALCOTRA/Interreg) Turismo del gusto : elenco dei prodotti di montagna, "Montagne à la carte"



III. Poursuite : à quelle échelle ? Avec qui ?

Proseguimento: a quale scala? Con chi?

Pour l'Atelier 2 Vers un projet de communication / sensibilisation des consommateurs ?

Des démarches de communication engagées

- HVE Bas carbone en France
- En Italie Biodiv'Alpes - Probiodiv : QR code sur les produits vertueux / Alpes

Quels moyens / supports de communication développer ?

Iniziativa di comunicazione impegnate

- HVE Basso tenore di carbonio in Francia
- In Italia Biodiv'Alpes - Probiodiv: QR code sui prodotti virtuosi / Alps

Quali mezzi/ mezzi di comunicazione sviluppare?



LABEL BAS
CARBONE

III. Poursuite : à quelle échelle ? Avec qui ?

Proseguimento: a quale scala? Con chi?

Pour l'Atelier 1 Vers un cahier des charges de production Produit de Montagne / d'Alpage ?

Avec Qui travailler ce cahier des charges ?

Montagne / Alpages ?

Spécificité en Produits laitiers ?

Spécificité en Produits carnés ?

Con chi lavorare?

Montagna / Alpeggi?

Specificità nei prodotti lattiero-caseari?

Specificità nei prodotti a base di carne?

