



LA MARQUE DE QUALITE TERRITORIALE EUROPEENNE

Règlement général

Préambule :

Vu la proposition de « Cadre pour un Règlement européen de la Qualité Territoriale » issue d'un travail de coopération transnationale mené par les Groupes d'Action Locale *El Condado de Jaén* (Espagne), *Pays Cathare* (France) et *Valle Umbra* (Italie) dans le cadre de l'Initiative Communautaire Leader II, laquelle reprend les valeurs essentielles de la notion de qualité territoriale, les critères d'application *a minima* des principes y étant inscrits, qui définit les modalités d'attribution et de contrôle d'une éventuelle marque officielle européenne dite de "qualité territoriale" ;

Vues les chartes générales et spécifiques des GAL cités plus haut ainsi que des GAL espagnols qui, dans le cadre de l'Initiative Communautaire Leader +, travaillent à l'implantation d'une marque de qualité territoriale liée à leur zone géographiques soit les GAL *La Garrotxa* (Gérone), *Poniente Granadino* (Grenade), *Vales do Ulla e Umia* (Pontevedra), *Talavera*, *Sierra de San Vicente* et *La Jara* (Tolède), *Valle del Eze-Entrecabos* (Asturies), *Serranía del Turia* (Valence), *Las Merindades* (Burgos), *Don Quijote* (Tolède), et *Dulcinea* (Tolède) ;

Considérant la demande d'implantation de la qualité territoriale de la part de nouveaux GAL européens ayant souscrit au projet de coopération transnationale « Marque de Qualité Territoriale Européenne » comme *Tradizione delle Terre Occitane* (Piémont), *Halkidiki* (Macédoine centrale), *Thessaloniki* (Macédoine centrale), *Pella* (Macédoine centrale), *Kilkis* (Macédoine centrale), *Lemnos* (Égée Nord) et *Asociación POEDA* (León) ;

Considérant que d'autres territoires ruraux manifestent de l'intérêt vis-à-vis de l'implantation de cette modalité de développement et considérant par conséquent leur incorporation éventuelle à cette coopération dans le prochain cadre communautaire (2007-2013) ;

Considérant que les territoires ruraux se trouvent confrontés à une nouvelle situation de retrait progressif de la protection et des aides venant des États et de l'Union Européenne, et, en même temps, à la mondialisation des marchés, entraînant une ouverture et l'apparition d'espaces ouverts et compétitifs ;

Considérant que la fragilité des territoires ruraux les limite dans leur réponse à cette nouvelle situation et qu'ils recherchent individuellement pour se présenter sur le marché un cadre collectif capable de rassembler le territoire dans son ensemble autour d'un projet de qualité globale, un territoire fort d'une identité

différenciée pour se projeter sur le marché et travaillant à l'obtention d'une qualité territoriale supposant la qualité des produits et des services, la qualité des processus de production (une production respectueuse sur les plans social, culturel et environnemental), avec des entreprises et des groupements engagés envers leur territoire et avec la participation de la population au processus de développement et d'intégration de l'ensemble des collectifs. Chaque territoire porteur d'un projet de qualité territoriale doit être identifié par une image représentant sa marque de qualité territoriale ;

Considérant que ces marques ne sont pas de simples outils commerciaux mais qu'elles conduisent les acteurs économiques à réfléchir à l'authenticité d'un développement équilibré du territoire et à celle d'une procédure de qualité ;

Considérant en outre que toutes les marques de qualité territoriale s'appuient sur la mise en valeur des ressources du patrimoine et des ressources naturelles comme éléments essentiels permettant le développement, et en tant que signe d'identité différenciée (le Catharisme dans le département de l'Aude, les traditions culturelles en Ombrie, le parc naturel volcanique à La Garrotxa, l'eau d'Ulla e Umia, les vachers de la Vallée de l'Ese-Entrecabos, l'histoire de la noblesse du Comté de Jaén, la dernière frontière d'Al-Andalus du Poniente Granadino, la rivière de la Serranía du Turia, les anciennes communautés de pâturage à Burgos, le terroir de Talavera, le pays de Don Quichotte et Dulcinée dans la Mancha, les colons à Tierras de Ocaña, la patrie d'Alexandre le Grand à Pella, celle d'Aristote à Halkidiki, le goût pour la vie dans les villages de Thessaloniki, Kilkis : terre d'excellences et Lemnos : l'île d'Héphaïstos, ...) ;

Considérant que chaque marque a établi son cahier des charges garantissant la qualité et l'authenticité ainsi que le respect du territoire et que, pour cela, les responsables politiques du territoire se sont mobilisés ainsi qu'un grand nombre d'entrepreneurs, hommes et femmes, renforçant les liens de solidarité à l'intérieur des secteurs et entre les territoires, développant des synergies et lançant des opérations collectives pour la promotion conjointe ;

Considérant que, pour garantir le succès des marques et leur viabilité, une masse critique est indispensable et qu'une marque territoriale isolée ne peut pas toujours en disposer, les territoires disposant déjà de leur marque dans le cadre du projet de qualité territoriale, désirent s'allier afin de partager une marque additionnelle commune chapeautant les plus petites, les dotant d'une masse critique raisonnable et capable de leur assurer le succès sur le marché et de faciliter son identification par le consommateur ;

La création de la marque commune additionnelle et de son logo a été adoptée à Madrid en mai 2005 par les GAL espagnols, italiens et grecs.

Considérant qu'une régulation est nécessaire pour l'usage correct de cette marque et de son logo, la régulation s'appliquant non seulement aux organisations engagées dans la mise en place initiale mais également aux territoires souhaitant adhérer au processus de qualité territoriale et désirant disposer de cette marque commune additionnelle ;

Les Groupes d'Action Locale *FUNDACIÓ GARROTXA LIDER, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DEL CONDADO, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO, CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ESE-ENTRECABOS, ASOCIACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO RURAL DOS VALES DO ULLA E UMIA, CENTRO DE DESARROLLO RURAL MERINDADES, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE TALAVERA, SIERRA DE SAN VICENTE Y LA JARA – IPETA, ASOCIACION COMARCAL DON QUIJOTE DE LA MANCHA, ASOCIACION GRUPO DE ACCION LOCAL DULCINEA, ASOCIACION LIDER SERRANIA DEL TURIA-VALENCIA, ASOCIACIÓN POEDA, VALLE UMBRA E SIBILLINI, TRADIZIONE DELLE TERRE OCCITANE, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF HALKIDIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF THESSALONIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF PELLA SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF KILKIS, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF LEMNOS SA, PAYS CATHARE (ASSOCIATION AUDOISE DE DEVELOPPEMENT LOCAL)*

réunis à Edessa (Grèce), le 26 janvier 2007

ONT ADOPTÉ LE PRÉSENT RÉGLEMENT :

Article 1

La Marque de Qualité Territoriale Européenne pourra être appliquée aux marques territoriales comme une marque ajoutée, pourvu que celles-ci remplissent les conditions suivantes :

- Les marques doivent se référer à des territoires naturels, administratifs ou ayant une identité historique avec une dimension supérieure à la commune et inférieure à une région administrative (**NUTS II**) et à prédominance rurale.
- Les territoires porteurs de ces marques doivent être dans un processus de développement lié à une qualité territoriale fondée sur deux grandes valeurs :
 - **La qualité territoriale** : il s'agit d'une qualité qui va au-delà de la qualité normative et des appellations d'origine. Elle concerne également la "territorialité" car c'est une nouvelle forme de comportement solidaire qui met l'accent sur la qualité des liens entre les hommes, les territoires, les produits, les services (qu'ils soient agricoles, artisanaux, touristiques ou patrimoniaux), les producteurs et les consommateurs.
 - **Le développement durable** : un développement qui implique un ensemble d'aspects indissociables (économiques, sociaux et culturels) et qui tient compte conjointement du "quantitatif" et du "qualitatif" Il s'agit d'un développement à dimension humaine, respectueux des ressources culturelles, entendu pour le territoire comme étant un équilibre dynamique, durable entre l'environnement

et les activités humaines, harmonieux et préservant la santé des personnes.

Article 2

La démarche de qualité territoriale est identifiée à travers **huit grands principes** qui sont déclinés à leur tour en critères d'application.

I. Permettre la participation de l'ensemble des acteurs dans chaque niveau d'organisation et de gestion, et garantir la transparence des actions à partir de l'engagement volontaire et formel des partenaires.

➔ Participation de l'ensemble des acteurs dans le processus de développement :

- **La participation de l'ensemble des acteurs** doit inspirer les différentes modalités de mise en oeuvre de la démarche de développement de chaque territoire et comprend plusieurs étapes :
 - la réalisation d'un diagnostic du territoire,
 - l'appropriation des éléments du diagnostic par l'ensemble des acteurs,
 - la construction du projet de développement,
 - l'élaboration d'un dispositif partagé de suivi et d'évaluation.Pour ce faire, le territoire privilégiera le recours aux outils de sensibilisation, de formation et d'accompagnement.
- **Dans la démarche de qualité territoriale**, chaque chef d'entreprise, chaque acteur et chaque structure est invité à s'engager de manière formelle dans le processus de développement local et à faire partie d'un réseau collectif avec de nouvelles logiques d'action.

➔ Existence d'une organisation des acteurs du territoire :

- **Dans l'organisation** porteuse du projet de développement sont présents **le secteur public, le secteur privé** et les groupes de travail sectoriels et collectifs à part égale.
Pour le secteur privé seront représentés :
 - les organisations professionnelles,
 - les organisations ou les associations qui oeuvrent dans le secteur de la consommation et du domaine social,
 - les associations solidaires, patrimoniales, culturelles, environnementales, de la santé, de la qualité de vie, etc.
- **L'engagement des acteurs** dans cette organisation fait l'objet d'accords formels (conventions, contrats, etc.).

→ Transparence de la gestion de la démarche de qualité territoriale :

- Sur chaque territoire, la démarche est gérée par une instance politique et une instance technique dont les rôles et les modes d'articulation seront précisés.

II. Garantir l'égalité d'accès de toutes les personnes au développement dans ses dimensions culturelles, sociales et économiques, tout particulièrement aux collectifs sociaux défavorisés (en particulier, jeunes et femmes).

Une considération spéciale sera portée **aux publics en difficulté et de nouvelles solidarités** dès la phase de diagnostic du territoire et tout au long du processus de qualité territoriale au nom **de l'égalité d'accès au développement**.

Ceci se traduit notamment par :

- des actions spécifiques sur le territoire au profil des publics défavorisés (formation d'acteurs et partenaires, accompagnement de chefs d'entreprise en difficulté, etc.),
- d'actions d'éducation populaire, citoyenne et de promotion sociale,
- une représentation d'associations du secteur social dans les différentes instances et une formalisation de ses relations avec les instances économiques et politiques,
- la prise en compte des aspects sociaux dans les cahiers de charges des produits et des services.

III. Favoriser les synergies entre les différentes organisations socioprofessionnelles pour une meilleure valorisation des produits et des services et celle du patrimoine des territoires.

L'obligation de coopération intersectorielle et en réseau est formalisée dans les différents documents régissant la démarche de qualité territoriale et dans les engagements des acteurs.

Pour créer des synergies entre les différents acteurs, chaque territoire met en place ou crée les conditions pour la réalisation d'actions de coopération notamment :

- des rencontres entre les différents partenaires au sein des instances de concertation,
- un travail en commun de techniciens de structures différentes,
- un travail en réseau de différentes filières,
- la formation des techniciens et des professionnels communes à plusieurs secteurs d'activité,
- des actions de promotion et de commercialisation communes aux différents secteurs.

IV. Créer des solidarités entre les acteurs, et notamment entre les producteurs d'une ou plusieurs filières, ou plusieurs secteurs, entre les

producteurs et les consommateurs dans chaque territoire et entre les territoires.

Les actions visent :

- le développement réciproque et solidaire de tous les groupes sociaux présents sur le territoire,
- la mise en place de réseaux solidaires d'entrepreneurs,
- le rapprochement entre les producteurs et les consommateurs.

Ceci se traduit par :

- des projets concrets entre plusieurs territoires,
- des actions de communication et d'échange entre les producteurs et les consommateurs,
- la création de réseaux professionnels et de nouveaux systèmes d'action collective entre les producteurs et des consommateurs (circuit court, etc.).

V. Favoriser l'émergence et pérenniser dans le temps la démarche qualité transversale pour l'ensemble des produits et des services de chacun des territoires.

Le caractère transversal de la démarche est inhérent au processus de développement local. Il s'appuie sur les interactions entre les différentes filières du territoire dans un but de complémentarité économique mais aussi de cohérence et d'équilibre du territoire en termes économique, social, culturel et environnemental.

Chaque territoire :

- met en route des actions qui mobilisent l'ensemble des acteurs et qui visent à mettre en évidence **la valeur ajoutée créée par le processus transversal** (foires, manifestations diverses, etc.),
- constitue des groupes de travail transversaux visant à définir les objectifs à atteindre en matière de qualité de vie (environnement, transport, énergie, santé, accès à la culture, etc.),
- organise des formations transdisciplinaires destinées aux techniciens et aux chefs d'entreprise.

VI. Garantir l'authenticité des savoir-faire et des traditions ; construire une identité fondée sur des valeurs communes et partagées par les acteurs du territoire ; apporter la dimension multiculturelle et européenne aux échanges entre les personnes ; valoriser le rôle des associations

Les territoires identifient et valorisent **les traditions et les savoir-faire** comme étant une valeur immatérielle, une ressource pour le développement local et une source d'innovation.

Les associations culturelles ont été associées à la démarche de développement local et de qualité territoriale pour éviter que l'identité territoriale ne devienne une fin commerciale.

Ainsi se concrétise l'ouverture multiculturelle recherchée qui se traduit par :

- l'accompagnement des professionnels pour qu'ils partagent des valeurs communes, qu'ils construisent et qu'ils transmettent une image commune à travers leurs actions en partenariat avec les associations, les habitants et les consommateurs,
- la description d'éléments d'authenticité et d'identité dans les cahiers de charges des productions et services,
- l'organisation d'échanges entre des territoires à l'échelle européenne.

Répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et des usagers à partir de cette identité collective qui doit prendre corps dans une image portée par le territoire.

Chaque territoire s'engage à rechercher **l'équilibre** entre les options de **production** et les options de **consommation** ainsi que la cohérence entre l'image du territoire et les nouvelles demandes d'ordre éthique des consommateurs.

Cela se traduit par des actions permettant :

- de cultiver et de valoriser les différences en favorisant les échanges entre la ville et le milieu rural,
- de promouvoir l'agriculture biologique et raisonnée de même que le tourisme durable, de rechercher et de développer des nouvelles méthodes de production et de conditionnement, de créer de nouveaux services, des emplois, des activités,
- d'expérimenter de nouvelles formes de travail et d'organisation sociale et solidaire, de mettre en marche de nouveaux circuits de vente, des nouveaux supports de promotion et de vente fondés sur les nouveaux moyens de communication.

Garantir que les entreprises et les organismes porteurs de la marque sont socialement responsables et que leurs produits ou leurs services soient au-delà des minima exigés par la réglementation en vigueur.

Chaque territoire établira au moyen de chartes spécifiques les paramètres de qualité qui garantissent que les entreprises sont économiquement viables, respectueuses de l'environnement et engagées du point de vue social. Pour la qualité économique, il faudra tenir compte de l'importance d'une bonne gestion au sein des entreprises, de l'utilisation de ressources locales, d'un marketing responsable, de l'innovation et de la tradition ainsi que de l'implication dans le développement local de l'activité, entre autres aspects.

Pour la qualité environnementale, on prendra en considération les démarches visant une utilisation responsable de l'eau, de l'énergie et des matières

premières, de la gestion responsable des déchets, de la non-pollution, de l'achat responsable et de l'intégration dans l'environnement, entre autres aspects.

Pour la qualité sociale, on prendra en considération l'égalité de chances au sein de l'entreprise, l'intercoopération, la participation des salariés, la formation et la concurrence loyale.

En outre, ces chartres spécifiques établiront les critères minimaux à respecter tenant compte de la tradition, de l'innovation et des attentes actuelles des consommateurs.

Article 3

Chaque marque de Qualité Territoriale devra disposer d'un dispositif de gestion et de contrôle ayant un règlement. Ce dernier sera chargé d'accorder ou d'interdire l'utilisation de la marque au vu des chartres générales et spécifiques de l'entreprise ou de celles de l'organisme en fonction de sa culture, de son histoire et de son organisation.

Article 4

Chaque marque de Qualité Territoriale devra disposer d'une charte graphique qui régle la coexistence entre la marque de Qualité Territoriale Européenne, la marque de Qualité Territoriale et la marque de l'organisme ou de l'entreprise, à partir de la charte graphique de la marque de Qualité Territoriale Européenne.

Article 5

Un Comité de gestion et de contrôle attribuera la marque de Qualité Territoriale Européenne qui viendra compléter la marque Territoriale de Reconnaissance.

Un règlement sera rédigé. Il stipulera les fonctions, la composition, le fonctionnement, les mécanismes d'évaluation et la concession d'utilisation de la marque.

FUNDACIÓ GARROTXA LIDER	ASOCIACION PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DE EL CONDADO	ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO
<i>Joan ESPONA AGUSTÍN</i>	<i>Serafín MERINO PÉREZ Presidente</i>	<i>Andrés RUIZ MARTÍN</i>
CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ESE-ENTRECABOS	ASOCIACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO RURAL DOS VALES DO ULLA E UMIA	CENTRO DE DESARROLLO RURAL MERINDADES
<i>JESUS LAUDEIRA ALVAREZ-CARCOS</i>	<i>José Amador EIRAS PAZ</i>	<i>Juan Esteban RUIZ CUENCA</i>
ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE TALAVERA, SIERRA DE SAN VICENTE Y LA JARA – IPETA	ASOCIACION COMARCAL DON QUIJOTE DE LA MANCHA	ASOCIACION GRUPO DE ACCION LOCAL DULCINEA
<i>Tirso LUMBRERAS VÁZQUEZ</i>	<i>Manuel SORIANO HUERTA</i>	<i>Javier UBEDA NIETO</i>
ASOCIACION LIDER SERRANIA DEL TURIA-VALENCIA	ASOCIACIÓN POEDA	GAL VALLE UMBRA E SIBILLINI
<i>Francisco Javier OLTRA MARTÍNEZ</i>	<i>Miguel Angel DEL EGIDO LLANES</i>	<i>Enrico TESTA</i>

GAL TRADIZIONE DELLE TERRE OCCITANE	GAL PAYS CATHARE - ASSOCIATION AUDOISE DE DEVELOPPEMENT LOCAL	DEVELOPMENT ASSOCIATION OF HALKIDIDKI S.A.
Dante RIGONI	<i>Francis BELS</i>	Καραγιάννη Γεωργία
DEVELOPMENT ASSOCIATION OF THESSALONIKI S.A.	DEVELOPMENT ASSOCIATION OF PELLA S.A.	DEVELOPMENT ASSOCIATION OF KILKIS S.A.
Σιαμίδου Ανατολή	Μίντσης Γεώργιος	Πασσαλίδης Παύλος
	DEVELOPMENT ASSOCIATION OF LEMNOS S.A.	
	Παραμύθας Θωμάς	