



Suisse. Naturellement.

**regio•
garantie**

Pays Romand - Pays gourmand Rapport d'activités 2021



Pays romand – Pays gourmand

Jordils 5 – CP 1080

1001 Lausanne

021 614 04 70

info@paysgourmand.ch

www.paysgourmand.ch

Lausanne, mai 2022



Rapport 2021

Mot de la Présidente.....	3
Digitalisation.....	4
Outil de gestion.....	4
Site internet.....	4
Réseaux sociaux.....	6
Newsletter.....	6
Promotions.....	7
_Campagne Brand Marketing regio.garantie.....	7
Campagnes de Storytelling.....	8
Partenariats.....	11
Semaine du Goût.....	11
Partenariat print - Terre& Nature.....	11
Evènements.....	12
Tour de Romandie.....	12
Salon des Goûts et Terroirs - communication commune.....	12
Concours Suisse des produits du terroir - mesure commune.....	12
Rencontres Suisse de l'œnotourisme.....	12
Association Suisse de produits régionaux.....	13
Activité générale de l'association.....	13
Modification des statuts et élection d'une présidence externe.....	13
Stratégie.....	13
Partenariats Représentation d'intérêts.....	14
Travail sur les directives et commissions.....	14
Promotions gérées par les membres.....	16
Vaud+, certifié d'ici.....	17
Montreux Noël.....	17
Distributeurs Vaud+.....	17
Terroir Fribourg.....	18
Une AOP pour le Boutefas et le jambon de la borne.....	18
Les légumes du Pays de Fribourg - un savoir-faire à découvrir.....	18
Genève Terroir.....	19
Objectif Terre.....	19
Bon du Terroir.....	19
Marque Valais.....	20
Communication Print.....	20
Campagne Rhône FM.....	20
Spécialité du Jura & Jura bernois produits du terroir.....	21
Marché et Concours suisse des produits du terroir.....	21
Communication.....	22
Neuchâtel Vins et Terroir.....	23
Marché des Produits du Terroir au Mycorama.....	23
4ème Sélection des Gruyère AOP de Neuchâtel.....	23
Coordination.....	24



MOT DE LA PRÉSIDENTE

Mme la Conseillère nationale
Christine Buillard-Marbach



De l'incertitude naissent aussi les synergies et les projets communs

Cette année encore il a fallu s'adapter au rythme de la situation sanitaire et aux décisions des autorités politiques, se réinventer, être prêt à tout. Difficile d'imaginer l'organisation d'événements en début d'année, pourtant le printemps nous a redonné quelques lueurs d'espoir avant une nouvelle dégradation. L'introduction du pass sanitaire, durant l'été 2021, a néanmoins permis l'organisation d'événements sous certaines conditions. Une année également difficile pour nos producteurs qui ont vu certaines cultures anéanties par le froid du début de printemps, puis un été désastreux, humide et grêlé, qui a abouti à de mauvaises récoltes. Dans ce panorama assez sombre, difficile de penser que pour Pays romand – Pays gourmand 2021 fut une année pleine de nouveautés et d'élan positifs... et pourtant ! De nombreuses synergies et projets communs ont fleuri au sein de la fédération et des différentes marques régionales romandes : outil de gestion commun, campagne de communication romande, volonté de se regrouper pour certains projets d'envergure. Peut-être que l'incertitude rapproche ou alors que l'union fait la force en des temps un peu moins faciles pour tous.

Parmi les projets rassembleurs, après une longue période de réflexion et de conception, Pays romand – Pays gourmand a enfin pu se doter d'un outil commun pour toutes les marques régionales appelé le « edirekt ». Celui-ci permettra de réunir les données des producteurs certifiés et réaliser ainsi une première enquête de marché pour l'Office fédéral de l'agriculture et de toucher encore les précieux subsides capitaux pour l'existence de notre fédération. Un travail non sans peine mais qui laisse également entrevoir de belles opportunités de communication: carte digitale, catalogue de produits... de nouvelles possibilités s'offrent aux marques régionales pour améliorer la visibilité de leurs membres.

Du côté des différentes associations, nous travaillons d'arrache-pied pour améliorer la digitalisation de nos entreprises mais c'est aussi ainsi que l'on remarque à quel point nos producteurs doivent eux-aussi fournir des efforts majeurs pour suivre les tendances actuelles. Vente en ligne, référencement, communication multicanale... cela demande de nombreuses connaissances et du temps. Temps qui manque bien souvent quand on est occupé par le travail de la terre et la création de produits de qualité.

Produits de qualité, c'est surtout cela que nous voulons relever aujourd'hui avec fierté. Avec les années, nous constatons que la gamme de produits régionaux s'étoffe, évolue avec des exigences du consommateur et surtout s'innove. Les initiatives se multiplient : emballages minimes, coopératives de producteurs, cultures durables, etc. cela ne peut que nous réjouir et nous enthousiasmer. Quel beau métier que d'être les ambassadeurs de nos producteurs, artisans, revendeurs du terroir.



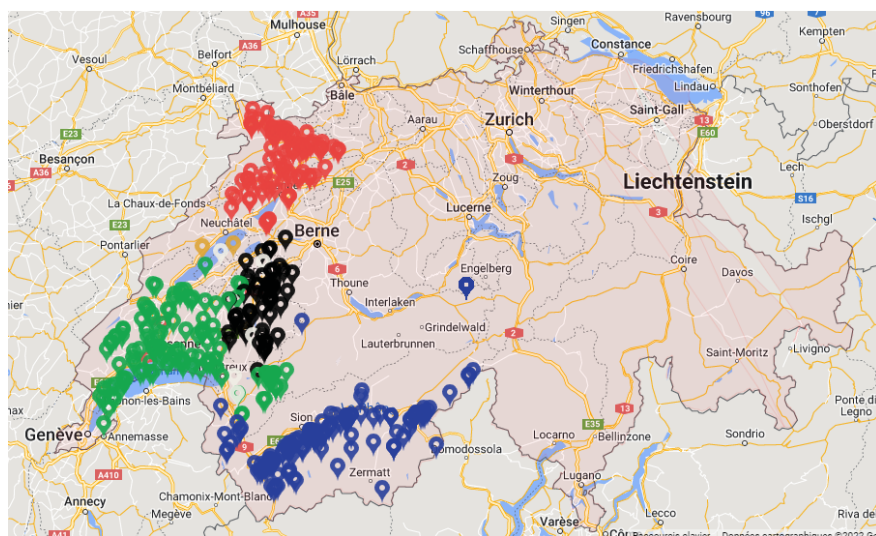
DIGITALISATION

L'un des enjeux majeurs durant cette année était de créer une stratégie digitale cohérente pour Pays romand – Pays gourmand. Celle-ci permettrait d'une part de mutualiser certains efforts des marques à l'exemple de l'outil de gestion mais également de booster la communication en améliorant par exemple notre présence sur les réseaux sociaux. La stratégie propose aussi de peaufiner certains contenus en leur donnant un ton propre de communication : site internet et newsletter.

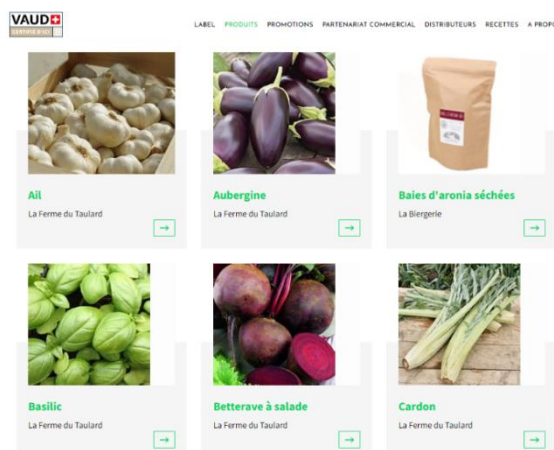
Outil de gestion

Après une longue période de réflexion et de conception, l'outil de gestion « edirekt » réalisé par l'entreprise *Apcorn* est enfin opérationnel depuis le mois de mars 2021. Cet outil permet à chaque marque de réunir les données de ses producteurs certifiés d'une manière identique. L'outil est également pensé pour pouvoir répondre à des besoins spécifiques des marques. Jusqu'à aujourd'hui la plupart des développements sont réalisés communément via un comité de pilotage qui se réunit régulièrement pour échanger et pour faire évoluer l'outil de manière concertée.

Le pilier central de ce projet réside dans la décentralisation des données. En d'autres termes, ce système permet à chaque producteur de rester maître de ses données et de son utilisation. Cet outil nous permet d'une part de récolter les données concernant la taille de marché des produits régionaux pour l'OFAG mais également d'être utilisé à des fins de communication à l'exemple de la carte géo-localisée des producteurs romands ou le catalogue des producteurs. Certaines marques régionales l'utilisent déjà pour avoir un catalogue de ses produits certifiés en ligne.



Carte des producteurs des producteurs romands.
Extrait site PRPG.



Extrait du site internet de vaudplusproduits.ch utilisation d'edirekt pour réaliser un catalogue de produits.



Site internet

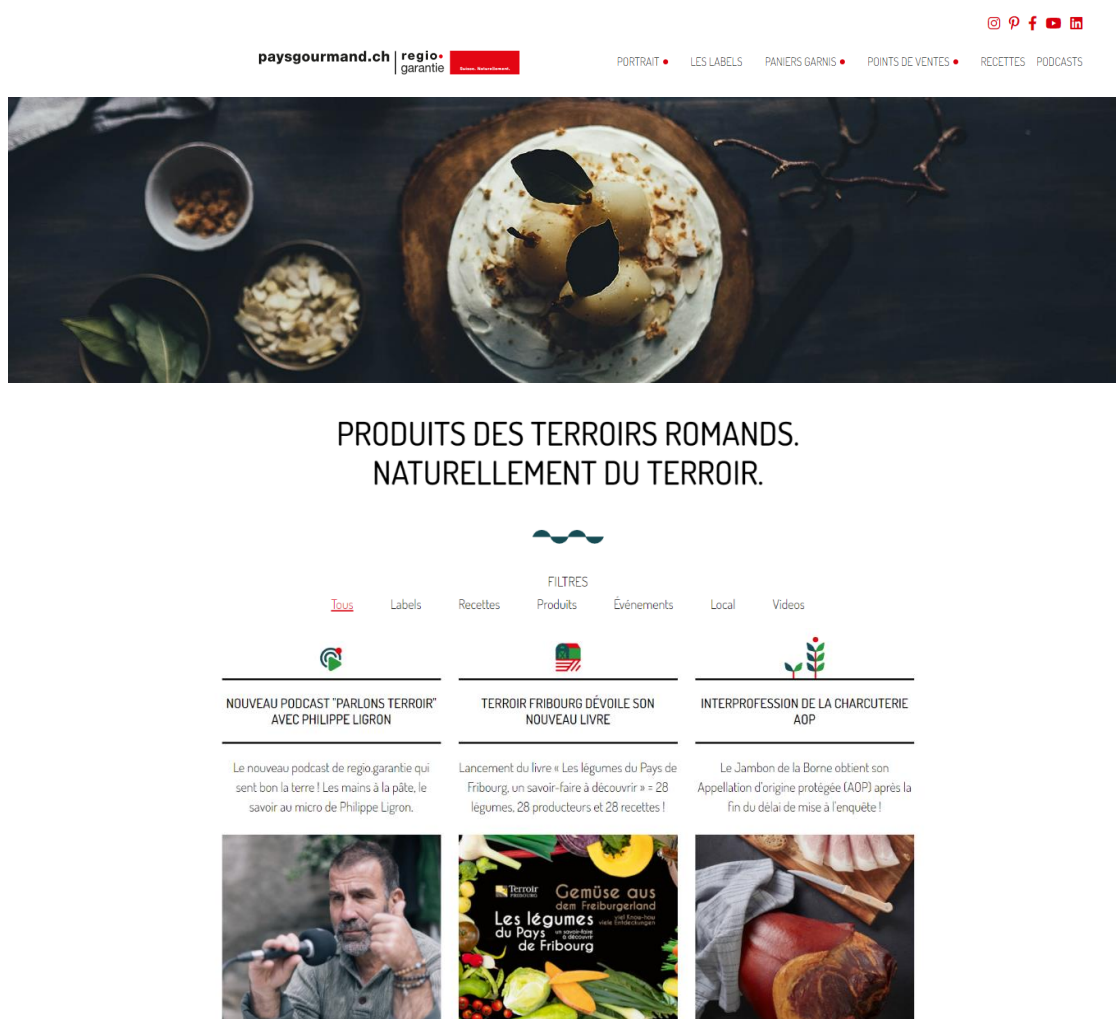
En avril, PRPG a lancé également un tout nouveau site réalisé par *Apcom* et *Hybride Design*. Un site dynamique, frais qui peut évoluer constamment au gré des besoins en termes de communication.

- Plus de 18'700 utilisateurs
- 80% de nouveaux utilisateurs
- Plus de 40'600 pages vues
- Durée moyenne des sessions 1 min 15

Les pages les plus visitées :

1. Page principale
2. Les points de vente = carte de producteurs
3. Page spéciale « Consommer local, partout en Suisse »
4. Paniers gourmands
5. Qui sommes-nous
6. Les labels régionaux

Après un an d'utilisation, nous remarquons que le site est apprécié pour son design plus moderne et sa facilité d'utilisation. D'un point de vue PRPG, il est facile de créer de nouvelles pages selon les besoins et les mises à jour sont faciles. Nous constatons malheureusement que le nombre de sessions a baissé par rapport aux années précédentes pour raisons principales : absence de jeux concours et les gens venaient sur l'ancien site pour les paniers cadeaux beaucoup moins actuellement.



paysgourmand.ch | regio garantie

PORTRAIT • LES LABELS • PANIERS GARNIS • POINTS DE VENTES • RECETTES • PODCASTS

PRODUITS DES TERROIRS ROMANDS. NATURELLEMENT DU TERROIR.

Tous Labels Recettes Produits Événements Local Videos

NOUVEAU PODCAST "PARLONS TERROIR" AVEC PHILIPPE LIGRON

Le nouveau podcast de regio.garantie qui sent bon la terre ! Les mains à la pâte, le savoir au micro de Philippe Ligron.

TERROIR FRIBOURG DÉVOILE SON NOUVEAU LIVRE

Lancement du livre « Les légumes du Pays de Fribourg, un savoir-faire à découvrir » = 28 légumes, 28 producteurs et 28 recettes !

INTERPROFESSION DE LA CHARCUTERIE AOP

Le Jambon de la Borne obtient son Appellation d'origine protégée (AOP) après la fin du délai de mise à l'enquête !



Réseaux sociaux

Présent jusqu'ici uniquement sur Facebook, l'année 2021 était une année de test propulsant ainsi Pays romand – Pays gourmand sous différentes plateformes à travers la communication uniquement du regio.garantie. Nous communiquons aujourd'hui de manière timide à travers ces plateformes avec des petites communautés qui se construisent gentiment uniquement grâce à une communication organique.



Facebook : 1'200 abonnés

Instagram : 520 abonnés

LinkedIn : 220 abonnés

Il s'agit de communauté aujourd'hui encore trop petite pour en retirer des statistiques plus intéressantes. D'autre part, un travail beaucoup plus assidu et une présence plus forte devrait être réalisés pour avoir un meilleur rendu. Cependant une bonne progression est à remarquer sur Instagram où de nombreux producteurs de toute la Suisse romande sont maintenant abonnés et commencent gentiment à former une communauté de consommateurs romands. De plus, ces plateformes servent également de tremplin pour réaliser des promotions payantes pour les différentes campagnes menées par PRPG.

Newsletter

Le mode d'envoi des newsletters a quelque peu été revisité ne proposant plus un listing d'événements ou actions réalisés par les marques régionales mais plutôt des newsletters dédiées à une thématique spécifique. Durant l'année, 7 newsletters ont été envoyées générant un taux d'ouverture moyen de 33% sur les 4'900 abonnés.

Les meilleurs sujets en termes de taux d'ouverture ont été :

Newsletter spéciale - Terroir Fribourg

Taux d'ouverture(42.96%)

Un chef, un terroir - Pierrot Ayer

Taux d'ouverture(40.61%)

Podcast - Parlons Terroir avec Philippe Lignon

Taux d'ouverture(30.66%)



NEWSLETTER SPÉCIALE - TERROIR FRIBOURG

Pour vous faire découvrir les différentes marques régionales, nous vous proposons aujourd'hui un voyage automnal à Fribourg au travers de 7 produits authentiques, 7 districts, 7 producteurs.

L'automne est la saison la plus gourmande de l'année, de nombreuses fêtes célèbrent la fin de l'été, les récoltes et la descente des troupeaux de l'alpage. À Fribourg, la Banichon est une fête incontournable riche en traditions et produits.



UN CHEF, UN TERROIR

Chaud devant ! Dès aujourd'hui et pendant les 8 prochaines semaines, nous vous dévoilerons hebdomadairement une nouvelle recette du terroir pour faire frémir vos papilles et challenger vos casseroles.

Une recette du terroir, oui, mais pas n'importe laquelle ! Pour cette nouvelle série : « Un chef, un terroir » nous avons laissé quatre grands chefs étoilés s'amuser avec nos produits régionaux pour dévoiler tous leurs arômes. Ils ont sélectionné un aliment de leur choix, certifié regio.garantie et élaboré une recette originale rien que pour vous. Mais assez parlé, place à l'image... Découvrez ici la recette concoctée par Pierrot Ayer : la selle d'agneau bio de Chandossel rôlée en croûte de Cuchaule, brunnoise de betteraves rouges parfumées à l'huile de Caméline, Poires à Bolzi



PODCAST - PARLONS TERROIR AVEC PHILIPPE LIGNON

Le nouveau podcast de regio.garantie qui sent bon la terre ! Les mains à la pâte, le savoir au micro de Philippe Lignon.

« Parlons terroir » c'est avant tout, le portrait de 10 producteur·ices passionné·es qui nous révèlent à cœur ouvert les secrets de leurs produits, leur façon de travailler et comment ils apportent leur contribution à une **nourriture saine et locale**. Au travers de ces 10 épisodes Philippe Lignon decortique la complexité **des labels en Suisse** pour apporter un peu plus de clarté à nos consommateur·ices.



PROMOTIONS

Campagne Brand Marketing regio.garantie

Campagne digitale « Consommer local, partout en Suisse »

Toujours dans l'incertitude de pouvoir réaliser certains événements, le comité a décidé au printemps 2021 de dégager des forces budgétaires supplémentaires pour intensifier sa communication commune. L'idée était de renforcer la notoriété du label regio.garantie au travers d'une campagne de *Brand marketing* commune pour la Suisse romande. Naît alors une première campagne avec un message commun intitulé : « Consommer local, partout en Suisse ».

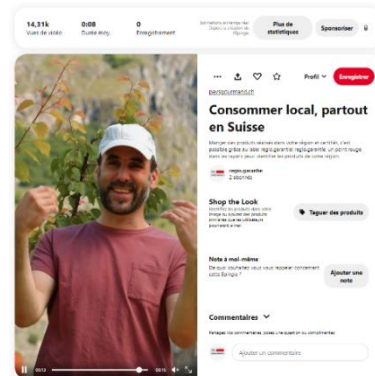
La création a été confiée à l'agence *TakeOff* et la diffusion qui a été réalisée essentiellement sur des canaux digitaux a été pilotée au sein de PRPG. Cette campagne se base sur la diffusion de 3 clips de 15 secondes qui montrent un client achetant des produits régionaux dans leurs environnements naturels : [Œufs](#) / [Abricots](#) / [Miel](#).

La campagne a été réalisée en deux vagues : 1. diffuser les vidéos à un maximum de personnes pour les faire connaître 2. Mener les internautes vers la landing page pour leur faire découvrir: les avantages de consommer local, les producteurs certifiés et les marques régionales. La diffusion a été réalisée essentiellement sur les supports publicitaires de Facebook et Instagram mais également sur Youtube, Pinterest et des Newsletters internes ou externes via *Terre&Nature*, ainsi qu'un article dans *Lematin.ch* online. La campagne a été fortement appréciée par les internautes enregistrant d'excellents taux de lecture.

Quelques chiffres :

- 6'680 entrées = 5'910 entrées uniques avec une moyenne de vue page **1 min 14**
- Durée moyenne de vue de vidéo 0 :12 secondes sur 0 :15 de la durée totale de la vidéo. Si on prend le ratio d'impression et le nbr de personnes qui ont regardé jusqu'à la fin = 100% de la vidéo on constate que +67% des gens ont vu jusqu'à la fin.
- Newsletter Terre&Nature 13'000 contacts = 12% taux d'ouverture / 658 clics vers le site PRPG
- 5'800 clics sur les publications venant des contenus payants Facebook et Instagram
- 145'250 interactions avec les pins sur Pinterest
- 46'900 vues de vidéo à travers la campagne Youtube

Il existe un rapport détaillé pour cette campagne. Les résultats nous encouragent à continuer de mener une telle campagne ces prochaines années car elle offre une belle visibilité au label regio.garantie ainsi qu'aux différentes les marques régionales.



Campagnes de Storytelling

Pour varier sa communication, PRPG a réalisé également deux campagnes dites de *Storytelling*. Un marketing plus doux qui a pour but premier de raconter une histoire autour de nos produits pour ensuite fidéliser/sensibiliser le consommateur à l'achat de produits locaux. Ces deux campagnes permettent de toucher de nouveaux segments mais également à fidéliser les consommateurs actuels en renforçant l'image et les valeurs autour de produits régionaux.

Campagne vidéo « Un chef, un terroir »

La première campagne est très visuelle, orientée sur les amateurs de gastronomie et les internautes en recherche de recettes ou d'inspiration. Nous avons réalisé une série de vidéos appelées « Un chef, un terroir ». Pour cette série de 8 vidéos quatre grands chefs étoilés se prêtent au jeu pour créer des recettes authentiques à base de produits du terroir.



Cuisiniers : Marie Robert – Café Suisse à Bex / Marc Strebel – La Maison du Village / Yoann Caloué – Café des Banques / Pierrot Ayer – Le Péralles

Les vidéos sont diffusées via les réseaux sociaux et mènent vers le site internet où l'on retrouve : la vidéo, la recette, un portrait du chef ainsi que les références des produits régionaux utilisés. Cette première campagne performe bien en réalisant plus de 3'900 vues sur la page de destination, 2'623 vues uniques sur le site PRPG. Le taux de lecture des recettes varient entre 1 min 30 pour les plus courtes et 3 min 46 pour les recettes plus élaborées.

Voici quelques chiffres de diffusion des vidéos. Ces statistiques ne prennent en compte uniquement les vues sur les pages PRPG :

- IG : +1'500 vues
- FB : +10'000 vues
- YouTube : +1'000 vues

Les chefs diffusant également les vidéos cela permet de toucher de nouveaux cercles de personnes et d'éventuels intéressés à nos produits. Les statistiques sont également plus hautes pour les marques régionales qui ont diffusé les contenus sur leurs propres pages avec des audiences plus larges que celle de PRPG.

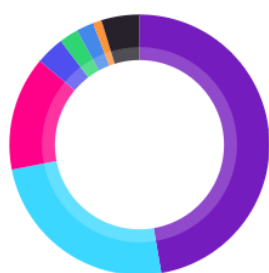


Podcasts « Parlons Terroir »

La deuxième opération de *storytelling* est la réalisation de podcasts. Un pari audacieux que nous avons pu mener à bien en dénichant comme animateur du podcast Philippe Ligron, ancien chroniqueur pour la rts, chef de cuisine, maître d'enseignement en arts culinaires et également passionné de l'histoire de la gastronomie. PRPG a réalisé 10 podcasts qui partent à la découverte de 10 producteurs certifiés qui nous révèlent à cœur ouvert les secrets de leurs produits, leur façon de travailler et comment ils apportent leur contribution à une nourriture saine et locale. Au travers de ces 10 épisodes, Philippe Ligron décortique également la complexité des labels en Suisse pour apporter un peu plus de clairvoyance au consommateur. Les podcasts sont disponibles sur le site internet et comptabilisent actuellement plus de 950 écoutes quasi uniquement générées par du trafic organique (sans publicité). Ceci représente plus de 690 entrées sur le site PRPG avec une moyenne de lecture de 2 min 58 de la page de destination.



La diffusion des podcasts a été réalisée sur les différentes plateformes d'écoutes : Spotify, Apple Podcast, Google Podcasts, etc. grâce à l'agrégateur Ausha. Ci-dessous la division en pourcentage d'écoute sur les différentes plateformes.



Répartition des parts d'écoute du 01 nov. 2021 au 11 mars 2022

Ausha - Page	47%	Apple Podcasts	25%
Spotify	14%	spotify.com	4%
Google Podcasts	2%	Ausha - Direct	2%
iVoox	1%	Autres	5%

La diffusion des podcasts a été réalisée sur les réseaux sociaux de PRPG mais également grâce à la reprise des posts par les différentes marques régionales. Les podcasts ont également été repartagé par les producteurs concernés, par Philippe Ligron et par Studio meublé. Nous avons une courte promotion payante sur Instagram et Facebook ainsi qu'une insertion print dans le supplément Agritourisme du Terre&Nature.

Les Podcasts sont un excellent vecteur pour faire passer un message détaillé. Ils permettent un dialogue approfondi venant directement de la bouche du producteur. La qualité des enregistrements est excellente ainsi que les messages véhiculés : types d'agriculture, avantages, méthodes de détention en Suisse etc. Ils expliquent



les nombreux avantages d'une agriculture de proximité et les avantages de la labélisation des produits vis-à-vis du client. Notre plus gros challenge résidait dans la diffusion et de trouver une audience assez conséquente. Un gros désavantage de la plateforme Ausha est que celle-ci comptabilise le nombre d'écoutes sans nous en donner le temps approximatif ce qui ne nous permet pas d'avoir une vue détaillée sur les résultats de l'opération. Nous pouvons cependant dire que les 930 écoutes ne sont pas suffisantes par rapport aux frais engendrés par l'enregistrement et qu'il nous faut encore trouver de nouvelles audiences pour ces contenus à forte valeur ajoutée. En 2022, nous allons sponsoriser ces contenus sur des audiences ciblées pour essayer de trouver un nouveau public.

Visuels

Afin de redynamiser la communication de PRPG, nous avons également réalisé une série de photos avec le studio *Lenaka*, professionnels de la photo gastronomique. Des clichés de quelques produits connus et moins connus du terroir dans une mise en scène explosive et original pour donner un ton plus moderne à la communication.



PARTENARIATS

Semaine du Goût

PRPG poursuit son partenariat avec la *Semaine du Goût* qui permet d'avoir une belle visibilité à travers son magazine tiré à 120'000 exemplaires en français, allemand et italien, distribué dans toute la Suisse. La semaine du goût rassemble plus de 450'000 personnes lors de ces événements.



Notre partenariat prévoit également la parution de 3 articles sponsorisés durant l'année sur le site du *LeMatin.ch* dans la rubrique « Bien manger » avec un libre choix des sujets. Nous pouvons remarquer que ces articles génèrent un trafic intéressant vers le site PRPG. Au total 311 personnes se sont rendues sur le site PRPG via les articles sponsorisés avec un taux de lecture moyen de 1 min 34.

Partenariat print - Terre&Nature

Pour donner également un écho print à la campagne « Consommer local, partout en Suisse » nous avons réalisé une collaboration avec *Terre&Nature* durant l'été. Le journal *Terre&Nature* est imprimé à 25'000 exemplaires et touche un public averti.

Une série de 7 articles étalés durant 7 semaines mettant en lumière un producteur par canton avec ses produits certifiés. Le journal consacrait une page entière par producteur avec photo et liens directs vers l'artisan. L'article était également accompagné d'un bandeau publicitaire de la campagne « Consommer local, partout en Suisse ».



Grâce à ce partenariat nous avons également pu bénéficier d'une insertion dans le hors-série Agritourisme et le supplément encarté du Schweizer Bauer distribué à 100'000 exemplaires.

EVÈNEMENTS

Tour de Romandie

Malgré une édition 2021 sans public pour le Tour de Romandie, PRPG a pu honorer son sponsoring en proposant des « lunchs bags » pour les bénévoles d'excellente qualité et proposer ainsi un joli lunch à base de produits régionaux. D'autre part nous avons pu bénéficier d'un court reportage sur les réseaux sociaux du Tour de Romandie pour présenter notre association et notre travail.

Salon des Goûts et Terroirs – communication commune

Organisé en un temps record et sous certaines contraintes liées aux conditions sanitaires, nous avons cette année quelque peu modifié le partenariat qui nous lie au Salon des Goûts et Terroir de Bulle. Nous avons réalisé en coopération avec le salon une partie du branding extérieur du salon en mettant des bâches au goût de la campagne « Consommer local, partout en Suisse » sur l'entrée du salon. Ceci a offert une jolie visibilité au label regio.garantie. Les différentes marques régionales ont également mis à disposition des cabas aux couleurs de leurs associations.



Concours Suisse des produits du terroir – mesure commune

PRPG est également sponsor du Concours Suisse des produits du terroir depuis plusieurs éditions. PRPG a décidé cette année d'intensifier la collaboration en sponsorisant les conférences proposées en marge du concours. Le thème des conférences était « Les enjeux et défis du E-commerce pour les produits du terroir », un thème au cœur des problématiques PRPG. Cette journée fut riche d'échanges à la recherche de synergies et collaborations entre les acteurs privés et les institutions présentes.

Rencontres Suisse de l'Œnotourisme

Partenaire pour la première année des rencontres Suisse de l'Œnotourisme à Aigle, PRPG a pu bénéficier d'une jolie visibilité au travers de leur communication mais surtout en pouvant donner une petite présentation à un public avisé et ainsi présenter brièvement notre association mais également l'occasion de mettre en valeur des producteurs qui proposent une jolie offre œnotouristique soit : « La Colline de Daval » en Valais qui possède un magnifique domaine de vignes, fruits et légumes et propose une offre d'hébergement, des dégustations ainsi



qu'une jolie palette de produits certifiés : vins, jus de fruit, confitures etc. ainsi que la « Cave Joly » sur le canton Vaud, dans le Lavaux qui a une magnifique cave et propose des dégustations mais surtout a élaboré des produits originaux à base de leur vins qui sont certifié par la marque Vaud+, certifié d'Ici : Soupe au Chasselas et la Tarte au Chasselas. Deux exemples intéressants pour démontrer les synergies possibles entre œnotourisme et produits du terroir.

ASSOCIATION SUISSE DE PRODUITS RÉGIONAUX

Au niveau de l'Association suisse des produits régionaux d'importants projets ont pu également être menés à bien en 2021 : la première enquête nationale sur les chiffres clés du marché a été réalisée. Une modification des statuts visant à permettre une présidence externe a été adoptée à l'unanimité. Manfred Bötsch a été nommé président de l'ASPR en fin d'année. Enfin, la discussion sur une stratégie globale a été lancée en 2021 avec la participation active des organisations membres.

Dans le cadre du travail sur les directives, l'accent a été mis sur la vérification et la précision des critères d'évaluation des étapes de transformation en dehors de la région pour la viande et les produits carnés. Après plusieurs années de travail préparatoire, les directives relatives aux produits cosmétiques et aux produits chocolatés contenant des ingrédients régionaux ont pu être adoptées.

Activité générale de l'association

Premiers résultats de l'enquête nationale sur les chiffres clés du marché. Le projet lancé en 2019 porte ses fruits. Pour la première fois, des chiffres issus de l'enquête sur les chiffres clés du marché des organisations membres sont disponibles. Au milieu de l'année 2021, les données agrégées ont pu être transmises à l'OFAG. Les chiffres d'affaires confirment les estimations et les enquêtes réalisées jusqu'à présent, à savoir qu'un volume d'affaires d'environ 1,7 milliards de CHF est généré au niveau des preneurs de licence. Au niveau du consommateur final, cela correspond à un chiffre d'affaires d'un peu plus de 2 milliards de CHF, généré dans toute la Suisse par les produits certifiés regio.garantie. Cette évaluation sera désormais effectuée chaque année. Pour 2022, l'objectif est d'augmenter le taux de réponses ainsi que les données sur les chiffres d'affaires par canal de distribution, de saisir les quantités de production sur l'ensemble du territoire et d'harmoniser la validation des données.

Modification des statuts et élection d'une présidence externe

Depuis la création de l'association en 2015, la présidence était assurée par rotation annuelle par les quatre organisations membres. Afin que l'association puisse être dirigée à l'avenir par une présidence indépendante et neutre, une modification des statuts a été décidée au printemps 2021 par les organisations membres. Il a été possible de trouver un dirigeant expérimenté et un excellent connaisseur de la branche, en la personne de Manfred Bötsch qui démarrera sa mission en 2022.

Stratégie

Après les étapes importantes de 2015 avec la mise en œuvre de l'harmonisation nationale et en 2017 avec l'introduction du label de qualité regio.garantie, plusieurs questions restent en suspens concernant l'orientation stratégique future, tant en ce qui concerne les directives que le positionnement de l'association dans son ensemble.

En 2021, une première étape de clarification concernant l'orientation des directives a pu être réalisée. Un atelier sur le thème de la durabilité a été organisé au printemps. Le premier résultat des discussions est la réintroduction de l'exigence de base PER pour les ingrédients agricoles au 1.1.2023. La discussion sur la



représentation de la durabilité globale au sein des directives pour les marques régionales doit être poursuivie et achevée en 2022.

Étant donné qu'aucune mesure de marketing commune n'a été prise jusqu'à présent au niveau de l'Association suisse des produits régionaux, les membres se sont mis d'accord pour élaborer en 2022 une stratégie de communication pour une future communication de base commune pour regio.garantie. L'objectif est de renforcer la confiance et de promouvoir la notoriété du label de qualité.

Partenariats Représentation d'intérêts

La composition des organisations au sein des comités n'a pas changé. L'OFEV pour le label des parcs, Migros pour le label « De la région » et « Nostrani del Ticino » ainsi que Bio Suisse pour les produits certifiés bio-régio continuent à siéger dans la commission nationale des directives. Les intérêts de la protection des consommateurs sont représentés par la FRC au sein de la Commission des marques et de la Commission nationale des directives. L'OFAG siège dans la commission des marques.

Travail sur les directives et commissions

Étapes de transformation en dehors de la région

Évaluation des étapes de transformation en dehors de la région pour la viande et les produits carnés. Pour la première fois, un groupe d'experts a été mis en place pour élaborer une thématique spécifique. Il s'agit de savoir comment traiter à l'avenir les demandes de réalisation d'étapes de préparation et de transformation de la viande en dehors de la région. Sur la base des recommandations du groupe de travail, une nouvelle réglementation basée sur une évaluation qualitative structurée et un calcul simplifié de la valeur ajoutée a finalement été adoptée. L'objectif est de pouvoir l'appliquer à l'avenir à d'autres catégories de produits.

Chocolats et produits cosmétiques à base d'ingrédients régionaux

Les directives pour les marques régionales promettent 100% (monoproduits) ou 80% (produits composés) d'ingrédients provenant de la région. Pour les deux groupes de produits, cette exigence est difficile à atteindre. Néanmoins, il existe un fort besoin de distinguer ces deux catégories de produits par la marque régionale. Ceci parce que les produits concernés sont souvent composés d'ingrédients caractéristiques de la région, dont la mise en valeur permet de générer une forte valeur ajoutée. Enfin, la commission nationale des directives a adopté une nouvelle directive spécifique pour les produits chocolatés et cosmétiques. Les conditions préalables sont une communication de la marque régionale et de regio.garantie limitée à la composante régionale caractéristique, le respect d'exigences supplémentaires pour les autres ingrédients et un processus de fabrication complet au sein de la région. Une extension future du champ d'application n'est explicitement pas prévue.

Autres changements importants au sein des directives pour les marques régionales :

- Diverses précisions concernant l'octroi de dérogations : Fixation d'une durée maximale dans le temps, réglementation en cas de difficultés de traitement à court terme, garantie de la transparence concernant les exceptions accordées.
- Mise à jour de la liste des ingrédients importés autorisés : L'approvisionnement alternatif d'origine suisse est encore encouragé par la nouvelle obligation d'indiquer la quantité et les qualités utilisées pour les ingrédients importés qui peuvent potentiellement être obtenus en Suisse.
- Durée de détention pour les animaux de boucherie à l'intérieur de la région : création de la possibilité pour le propriétaire de la marque régionale d'autoriser l'alpage en dehors de la région en cas de manque



avéré de capacités, à condition de respecter la durée minimale de détention à l'intérieur de la région avant/après l'alpage.

- Boissons : précision des exigences relatives au lieu d'embouteillage et à l'origine de l'eau dans les différentes catégories de boissons contenant de l'eau (schorle, bière, sirop, etc.)
- Horticulture : Interdiction de vendre des plantes invasives avec la marque régionale

Ratification et application des directives pour les marques régionales

Les directives pour les marques régionales avec entrée en vigueur au 1.1.2022 ont été adoptées par la commission nationale des directives le 23 septembre 2021.

Fin décembre 2021, toutes les marques régionales affiliées aux organisations suprarégionales ont formellement ratifié les parties des directives qu'elles appliquent. En outre, les marques régionales des cantons de Genève et du Valais assurent l'équivalence de leurs propres règlements avec les directives pour marques régionales par le biais du "document de base".

Les organisations utilisatrices suivantes ont ratifié les directives à la fin décembre : Migros avec 8 coopératives pour les produits « de la région », l'OFEV avec les parcs naturels régionaux qui labellisent les produits selon le label des parcs suisses, Bio Suisse pour les produits régionaux certifiés Bio Bourgeon.



Maria Sutter (secrétaire générale ASPR) / Yvonne Schöntal (DbR) / Urs Bolliger (Culinarium) / Jasmine Saidbucher (Alpinavera) / Manfred Bötsch (Président ASPR) / Francesca Martini (PRPG)



PROMOTIONS GÉRÉES PAR LES MEMBRES

Exemples choisis

Terroir Fribourg, Genève Région- Terre d'Avenir, Spécialité du Canton du Jura, Jura Bernois Produits du terroir, Neuchâtel Vins et Terroir, Marque Valais et Vaud+ Certifié d'ici sont les membres de Pays romand- Pays gourmand. Ensemble, les 7 marques/organisations régionales s'engagent pour la promotion des produits régionaux de leurs cantons, tout en suivant la ligne commune de communication du regio.garantie.

Les mesures de promotion mises en place visent à soutenir la distribution et la consommation de produits régionaux via les médias électroniques, les médias traditionnels, des campagnes d'affichage, des présences dans les points de vente, des collaborations avec les restaurants ainsi que la présence au sein des manifestations phares de chaque région.

Cette année encore certaines manifestations ont fait les frais de la pandémie et ont dû être annulées pour les raisons sanitaires. Une partie des budgets prévus ont été réinvestit dans une campagne de communication commune ou alors modifiés pour les investir dans d'autres types de communication. Par chance d'autres événements ont pu se tenir et ont vu un public présent malgré les contraintes sanitaires en vigueur. Un public heureux de se retrouver et des chiffres d'affaires à la hausse pour les producteurs présents.

Retrouvez ci-après quelques-unes parmi les nombreuses mesures de promotion gérées par les membres de la fédération.



VAUD+, CERTIFIÉ D'ICI

Montreux Noël

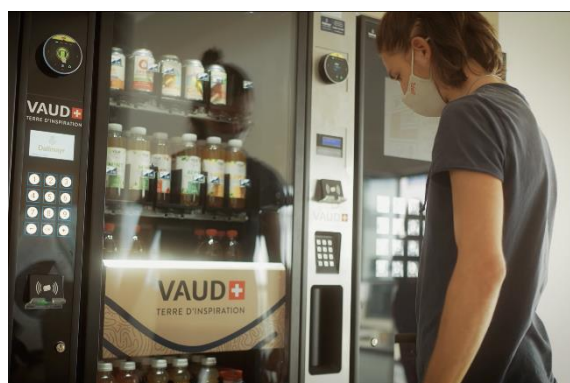
Montreux Noël a enchanté la Riviera vaudoise et les quelque 400'000 visiteurs de cette édition du 19 novembre au 24 décembre. Une forte présence de visiteurs suisses alémaniques a été observée. Pour mettre en avant les produits du terroir vaudois, la traditionnelle ferme vaudoise a été installée. Au rez-de-chaussée, un espace de promotion sous forme de boutique dédiée aux produits VAUD+ CERTIFIÉS D'ICI a été mis en place. Vingt-deux producteurs et 160 références de produits certifiés ont été réunis dans une chaleureuse boutique de Noël.

À l'étage, les visiteurs ont eu l'occasion de déguster des mets typiques vaudois dans le restaurant des paysannes vaudoises. À l'extérieur, un bar Terravin a été aménagé pour y déguster des vins vaudois et du jus de pomme chaud et un chalet a servi des hot fondues. Vaud Promotion a également participé au sponsoring de «Light on Ice», un parcours sur la glace permettant aux visiteurs de déambuler à travers une forêt enchantée et illuminée.



Distributeurs Vaud+

En 2021, nous nous sommes associés à Dallmayr et l'EPFL afin de concevoir un projet optimal et adapté aux besoins des écoles et entreprises : les distributeurs VAUD+. Local, sain et durable sont les maîtres mots de ce concept innovant. Ce premier projet de la marque VAUD+ concrétise les valeurs d'innovation, de durabilité et de proximité qui la définissent. Soutenir et promouvoir l'économie locale, s'engager pour la durabilité et faciliter l'accès à des produits sains, tels sont les objectifs communs qui ont réuni ces trois acteurs. La majorité des produits de l'assortiment portent le label VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI, véritable garantie de l'origine locale des produits. Le concept de distributeur VAUD+ entend faciliter l'accès aux produits locaux ainsi que soutenir et valoriser les entreprises engagées derrière chacun des produits.



+ DURABLE
+ SAIN
+ LOCAL





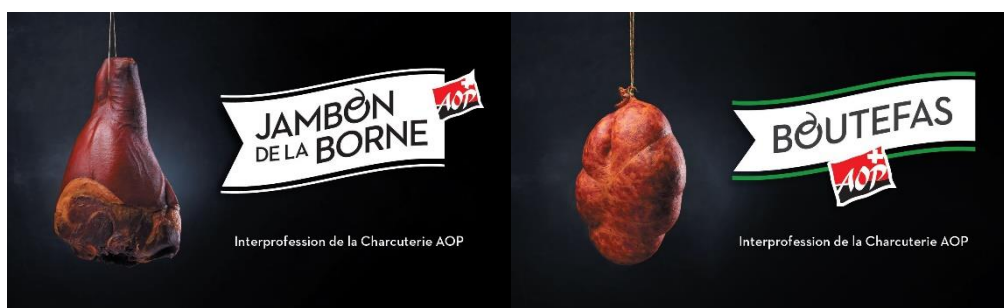
regio•garantie

TERROIR FRIBOURG

Une AOP pour le Boutefas et le jambon de la borne

C'est main dans la main que bouchers fribourgeois et vaudois ont travaillé d'arrache-pied durant de longues années pour aboutir, enfin, en 2021, à la protection suprême pour 2 produits phares de leur Terroir : le Jambon de la Borne et le Boutefas ont obtenu leur Appellation d'origine protégée (AOP) à quelques mois d'intervalle.

Comme un fruit mûr, le Jambon de la Borne a reçu le feu vert de l'Office fédéral de l'Agriculture (OFAG) la veille de la Bénichon. Cela a permis à toute l'économie fribourgeoise de fêter cela dignement à la Bénichon des entreprises qui se déroulait ce jour-là à Espace Gruyère à Bulle. Le Boutefas a obtenu lui son appellation au mois de décembre. Il s'agit là des deux premiers produits de charcuterie à obtenir leur AOP en Suisse ! Dans un but de défense de la filière, le cahier des charges est scrupuleux et permet de fabriquer ces spécialités uniquement avec des porcs issus des cantons de Vaud et Fribourg, affouragés de manière adéquate et bénéficiant de standards d'élevage élevés.



Les légumes du Pays de Fribourg – un savoir-faire à découvrir

Terroir Fribourg a pris l'habitude depuis quelques temps de valoriser durant une année une famille de produits spécifiques. En 2021, place aux légumes ! On ne le sait pas assez, mais le Seeland, autour du Lac de Morat, est considéré comme le jardin potager de la Suisse, et le canton de Fribourg en représente une grande partie. De nombreux producteurs, pour certains de taille respectable, cultivent une grande variété de légumes, des asperges aux choux de Bruxelles, des côtes de bettes aux épinards, en passant par le panais, les radis, les céleris et j'en passe.

C'est ainsi que, sous l'experte coordination de notre collègue Christian Folly, 28 restaurateurs ont concocté chacun une recette à partir d'un des 28 légumes choisis. Cela a donné un bel ouvrage, bilingue, richement illustré par les photos de Marina Forney. Une proposition de breuvages fribourgeois, du vin bien sûr, mais aussi de la bière, du jus de pommes ou du cidre complète cette bible de la production maraîchère fribourgeoise. La sortie du livre a eu lieu au Salon des Goûts et Terroirs, en octobre, en présence de nombreux producteurs et restaurateurs. Le livre a connu un franc succès et est encore disponible à la commande sur le site de Terroir Fribourg pour les intéressés !



GENÈVE TERROIR

Objectif Terre

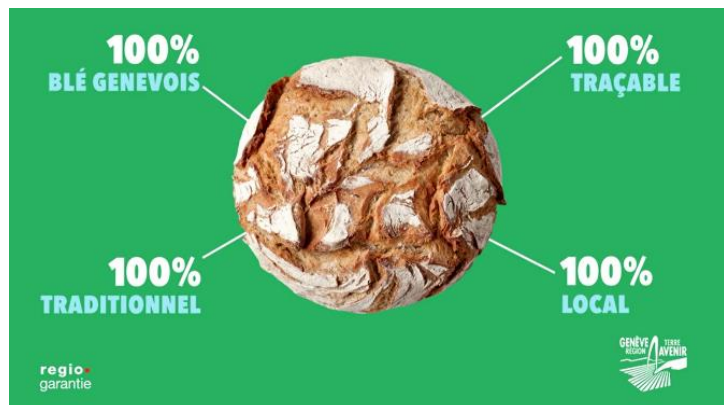
Genève Terroir a poursuivi en 2021 sa collaboration avec Léman Bleu, la télévision de la région genevoise, avec Objectif Terre émission hebdomadaire de 6 à 8 minutes : 32 numéros originaux en 2021 présentés par Valentin Emery, journaliste et grand connaisseur de notre agriculture et consacrés à la mise en lumière du terroir et des producteurs et productrices de la région : poules, vins, pâtes, asperges ou encore moutons du canton.

L'émission enregistre une des meilleures audiences de la chaîne parmi les "magazines courts" : 20'000 à 50'000 téléspectateur.trices touché.es chaque semaine et 5'000 à 10'000 téléspectateur.trices uniques qui regardent l'émission en intégralité chaque semaine.

Le sponsoring de l'émission *Objectif Terre* permet une visibilité sous la forme d'un billboard (spot de 8 secondes de parrainage).

Dans ce billboard, les marques *Regio Garantie* et *Genève Région Terre Avenir* sont mises en avant et placées en intro (juste avant) et en extro (juste après) de toutes les diffusions TV de l'émission, mais également en extro de toutes les bandes-annonces diffusées sur Léman Bleu. *Regio Garantie* et *Genève Région Terre Avenir* bénéficient également d'une visibilité additionnelle sur les émissions mises en ligne sur le site www.lemanbleu.ch et les bandes-annonces diffusées sur le Facebook de Léman Bleu.

Lien vers la page de l'émission sur : lemanbleu.ch/Emissions



Bon du Terroir

A noter que cette nouvelle année de crise fut celle des bons. En effet, dès le 1^{er} juin, des bons du terroir "**Genève Avenue**" ont été financés par le Département du Territoire avec une promotion assurée par Genève Terroir. Cette action était valable dans toutes exploitations qui se sont inscrites sur la plateforme ; ces bons



permettaient au grand public de bénéficier d'un rabais de 20 % (remboursé par l'Etat au producteur avec un bonus de 10 %). Ainsi, ce sont plus de 32'400 bons, représentant un chiffre d'affaire global pour les producteurs - subventions comprises - de près de 7 millions, qui ont été achetés auprès de 135 entreprises "terroir" du canton en 2021.



MARQUE VALAIS

Communication Print

Flyer : Rejoignez la famille des producteurs certifiés marque Valais

Le flyer a été conçu afin d'accompagner la campagne de recrutement de nouveaux producteurs marque Valais qui poursuivra l'année 2022.

Les produits labellisés.

Les produits certifiés marque Valais répondent à une chartre des exigences strictes et sont soumis à une procédure sélective. Vous pouvez reconnaître l'authenticité des produits des vignes valaisannes.

Et vous bénéficiez de la garantie d'un produit certifié et contrôlé.

Après validation de votre inscription, vous recevrez un certificat de certification. Ce certificat vous sera remis lors de la visite de votre domaine d'exploitation.

Produits de l'arboriculture

- Raisins
- Pruniers
- Pêches
- Cerises
- Abricots
- Mandarines
- Citrus
- Fruits à coque
- Noix
- Pistaches
- Amandes
- Noisettes
- Cacahuètes
- Fruits à chair
- Fruits à croûte
- Fruits à pépins
- Fruits à noyau
- Fruits à osier
- Fruits à écorce
- Fruits à coque
- Fruits à croûte
- Fruits à pépins
- Fruits à noyau
- Fruits à osier
- Fruits à écorce

Produits de l'élevage

- Viandes
- Produits laitiers
- Produits de la volaille
- Produits de la pêche
- Produits de la chasse
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette

Produits de la cueillette

- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette

Produits de la cueillette

- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette
- Produits de la cueillette



LABEL MARQUE VALAIS.

REJOIGNEZ LA FAMILLE DES PRODUCTEURS CERTIFIÉS.

Un label pour distinguer ce que le Valais offre de meilleur.

Le Valais regorge de produits d'exception. Grâce à son savoir-faire de producteurs passionnés, Agronomie, viticulture, pastoralisme et élevage produisent. Le Valais certifie ses produits valaisans de haute qualité. Ce label garantit aux consommateurs qu'il s'agit de produits de qualité supérieure, issus de producteurs de la région, soucieux de leur impact sur la planète.

Garanties offertes au consommateur

- ✓ Choix vaste et consommation locale
- ✓ Environnement favorable aux produits
- ✓ Produits moins pollués
- ✓ Qualité supérieure des produits
- ✓ Responsabilité des producteurs
- ✓ Conditions rémunératrices

70 produits certifiés

+300 producteurs certifiés

4 secteurs agricoles

Un label crédible pour le consommateur.

Salon une abricot - rhodéa en 2021. Le label marque Valais est une garantie de qualité et de respect pour l'environnement. Les consommateurs sont sensibilisés et optent pour un produit certifié Valais. Ils privilégient un produit de qualité supérieure et favorisent les producteurs locaux. Ils se disent même prêts à payer plus cher pour un produit labellisé marque Valais.

Quels sont les critères de labellisation ?

- ✓ Les producteurs valaisans des produits
- ✓ Le respect de la chartre des exigences valaisannes
- ✓ L'engagement respectueux des valeurs de la marque
- ✓ Le respect de l'environnement

Le programme certifié est soumis à un contrôle régulier par l'Institut Valaisan de la Qualité. La dernière de ces visites est gratuite pour les producteurs et orientée vers le respect de la chartre de la marque Valais et souhaite contribuer à son développement.

Obtenez votre certificat de certification

Flyer : Excellence se distingue. Vins certifiés marque Valais

Afin d'accompagner la promotion de la box MVS, un flyer a été conçu. Il explique en bref la démarche des vins certifiés et donne un aperçu des différentes formules possibles pour commander les vins.



EXZELLENZ ZEICHNET SICH AUS.

ZERTIFIZIERTE WEINE DER MARKE WALLIS.

Bestellen Sie Ihre Box mit Weinen der Marke Wallis und entdecken Sie jeden Monat eine neue Traube. Die La Grappe sorgfältig für Sie ausgewählt hat.

Ein starkes Engagement reglementiert eine nachhaltige und verantwortungsvolle Landwirtschaft.

INS HERZ GEMEISSELT

Mit dieser Weinbox erhalten Sie jeden Monat zwei zertifizierte Weine der Marke Wallis direkt nach Hause. Das ideale Angebot für Ihren nächsten Aperitif.

Was ist diese Weinbox?

Genießen Sie jeden Monat einen Rot- und einen Weisswein der Marke Wallis aus Valais. Weinbauern und erfahren Sie aus den Beschreibungen im Karton, welche nachhaltige Ansatz hinter den Weinen der Marke Wallis steht.

Wie funktioniert die Weinbox?

Sie haben mehrere Optionen zur Auswahl:

1 Monat	CHF 76.-
3 Monate	CHF 216.-
6 Monate	CHF 426.-

Die Box wird Ihnen jeweils zwischen dem 1. und dem 10. des Monats geliefert.

Wie erfolgt die Bestellung?

Bestellen Sie Ihre Box online unter www.kfz.ch/shop

Campagne Rhône FM

10 interviews de 3 minutes avec des producteurs marque Valais ont été réalisées du 22 novembre au 22 décembre 2021 dans le cadre de la collaboration avec Rhône FM et plus précisément dans l'émission Good Morning Valais. Les interviews ont été enregistrées à l'avance chez les producteurs concernés ainsi que dans deux points de vente.

Concept:

- Interviews enregistrées chez le producteur
- 30 diffusions d'un message promotionnel en collaboration avec regio.garantie
- Concours à la fin de chaque rubrique avec une possibilité de gagner un bon d'une valeur de CHF 200 chez l'invité du jour

Exemple: Boucherie Traiteur Planchamp - 22.11.2021 [rhonefm.ch/podcasts]



SPÉCIALITÉ DU JURA & JURA BERNOIS PRODUITS DU TERROIR

Marché et Concours suisse des produits du terroir

En raison de la situation sanitaire, la plupart des manifestations habituelles n'ont pas pu avoir lieu, hormis le Marché et Concours suisse des produits du terroir qui a pu voir le jour dans des conditions à peu près normales.

Le 9^e Concours suisse des produits du terroir s'est déroulé durant le mois de septembre 2021 à Delémont-Courtemelon et a décerné 353 médailles. Sur les 1'177 produits inscrits (1'113 en 2019, 1'258 en 2017, 1'036 en 2015), 1'106 produits (1'050 en 2019, 1'221 en 2017, 972 en 2015) ont été dégustés suite au travail de la Commission d'homologation. La remise des médailles a eu lieu le vendredi soir 24 septembre, permettant une communication des gagnants dans les médias le samedi ; et les médailles ont pu être apposées directement sur les stands de marché. Pour la première fois cette année, un prix a été décerné au produit le plus innovant, toutes catégories confondues. Les critères de sélection regroupaient la nutrition, l'économie, l'écologie et l'éthique. Le Marché des Terroirs suisses a accueilli environ 10'000 visiteurs sur les deux jours des 25 et 26 septembre.

La communication qui précède et suit l'événement s'est étendue sur toute la Suisse avec de nombreux articles ou interventions radiophoniques et télévisuelles. 300'000 médailles autocollantes (260'000 en 2019, 450'000 en 2017, 340'000 en 2015) ont été imprimées et seront placées sur les produits médaillés dans toute la Suisse durant les 2 ans qui suivent le concours.



Communication

Les producteurs partageant une production commune bénéficient d'un accompagnement spécifique. C'est le cas pour plusieurs produits phares de la région comme le Toëtsché, la viande bovine (Blonde d'Aquitaine et Salers) ou le mouton brun-noir. Deux filières se sont spécialement mises en valeur en 2021, il s'agit de la filière jus de pomme et des brasseurs régionaux.

Un nouveau visuel a été adopté par la filière « Jus de pomme ». Les pressoirs ont opté pour un carton de qualité, à base de carton recyclé et fabriqué en Suisse. Le visuel a été modernisé et s'inscrit dans la ligne graphique Terroir Jurarégion.

Les brasseurs régionaux ne partagent pas (encore ?) une recette commune, mais un ingrédient commun « made in Jura », le malt fournit par la Malticulture à Delémont. Sous leur impulsion, une quinzaine de brasseries ont brassé leurs premières bières locales, réunies lors de l'élaboration d'un calendrier de l'Avent. Réalisé en édition limitée, le succès commercial a été au rendez-vous.



D'autre part, 29 points de vente qui proposent des produits labélisés "Spécialité du canton du Jura" et "Jura bernois produits du terroir" ont été démarchés et ont adhéré au concept de la Bonne Adresse en signant la charte. Ils s'engagent ainsi à proposer et valoriser les produits labélisés, tout en renseignant les clients. Plusieurs d'entre eux ont ainsi installé de nouvelles décorations aux couleurs de Terroir Jurarégion pour améliorer la visibilité de ces produits. En exemple ci-dessous, Mini-Marché à Delémont.



NEUCHÂTEL VINS ET TERROIR



Marché des Produits du Terroir au Mycorama

Les épicuriens se sont retrouvés les 6 et 7 novembre 2021 au Mycorama de Cernier. Les richesses neuchâteloises étaient à l'honneur avec 9 producteurs et 11 encaveurs présents. Les visiteurs ont pu découvrir et redécouvrir des produits uniques de notre terroir comme le Bleuchâtel, l'Absinthe, la Taillaule, le saucisson neuchâtelois, le Non Filtré et l'Œil de Perdrix traditionnel. Des produits plus originaux alliant tradition et innovations étaient également au centre de ce marché comme le Chapelon-coq de la Ferme, divers fromages de chèvre, diverses pâtisseries et autres délices.

Tous ces produits étaient mis à l'honneur dans le restaurant qui a régalé les papilles des visiteurs durant deux jours.

Du côté des invités et de l'animation, une plateforme suisse de crowdfunding ainsi qu'un hebdomadaire romand de la vie au vert étaient présents ainsi qu'un boulanger fribourgeois qui a présenté la fameuse Cuchaule et le gâteau du Vully.



4ème Sélection des Gruyère AOP de Neuchâtel

Au cœur du Château de Boudry, la Chambre neuchâteloise d'agriculture et de viticulture (CNAV) en collaboration avec l'Interprofession du Gruyère (IPG) et Neuchâtel Vins et Terroir (NVT), a organisé la quatrième sélection du Gruyère AOP neuchâtelois le 13 septembre dernier.

11 Fromages pour 10 fromageries : Les agriculteurs et fromagers de 10 fromageries neuchâteloises ont présenté leur produit après avoir obtenu plus de 19 points sur 20 sur toute l'année 2020. Les 11 fromages présentés ont été dégustés à l'aveugle par un jury composé de journalistes, de politiques et de gastronomes.

Pour la deuxième fois en quatre ans, la fromagerie Duo-Vallon des Bayards remporte le prix du meilleur Gruyère neuchâtelois. Cette société de producteur de lait est présidée par M. Jean-Pierre Gfeller alors que M. Adrien Pagnier s'occupe de la confection du fromage.



COORDINATION

Bureau, Comité et Commission technique

Le bureau de coordination se charge de coordonner l'information entre les membres, d'organiser et animer les séances de comité, de la commission technique ainsi que l'assemblée des délégués. Il est responsable de la comptabilité de la fédération, rédige les demandes de financement et les rapports d'activités et financiers destinés à l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), met en place certaines mesures de promotion communes et représente la fédération à l'extérieur, notamment au sein de l'Association suisse des produits régionaux (ASPR).

Le bureau de coordination est composé d'une secrétaire générale, Francesca Martini et une collaboratrice, Line Chevalley ainsi sur le soutien du directeur d'AGORA, Loïc Bardet, pour un total de 110% EPT.

Le comité est composé par les 7 représentant-e-s des marques régionales romandes et par sa présidente, la Conseillère nationale Christine Bulliard-Marbach. Six séances de comité ont été nécessaires au bon déroulement des activités de la fédération. Durant ces séances de nombreux thèmes sont abordés notamment : les campagnes et communication, le budget, les projets de développement, les différents partenariats ainsi que les relations avec les entités tiers tel que l'OFAG ou l'ASPR. Une traditionnelle journée au vert est aussi réalisée une fois par année celle-ci s'est tenue cette année en Valais au Service de l'agriculture à Châteauneuf. Cette journée est dédiée à la stratégie de communication PRPG et à l'amélioration de la collecte de données. La journée au vert a été suivie d'une partie conviviale à la Foire du Valais à « l'espace d'ici » géré par la Marque Valais. La vice-présidence était attribuée à Nadège Koller, représentant du canton Jura. Robin Zambaz responsable de la Marque Valais a quitté le comité en cours d'année pour prendre les fonctions de directeur de l'OIC. Kristina Stakulyte est rentrée au comité dès novembre 2021.

La commission technique de PRPG, composée des représentants des membres et de trois invités (représentants de la Fédération Romande des Consommateurs, de l'Organisme Intercantonal de Certification et du Réseau des parcs suisses) s'est réunie trois fois durant l'année. Les questions liées aux modifications des directives pour les marques régionales sont discutées au sein de la commission technique. Cette année les démarches pour trouver une personne en charge de la qualité pour professionnaliser les compétences au sein de PRPG ont été lancées et saluées au sein la commission technique.

L'assemblée des délégués 2021 n'a malheureusement pas pu se tenir non plus elle a été remplacé par un vote par correspondance.





Consommer local • Partout en Suisse

paysgourmand.ch



regio.garantie