

Rapport d'activités 2012

Fédération «Pays romand – Pays gourmand»



Photo: Alain De Preux

Identité du projet : UR 102.2003.12

28.03.2013

Pays romand – Pays gourmand, Jordils 5 – CP 128, 1000 Lausanne 6, tél : 021 614 04 70, www.paysgourmand.ch



Table des matières

Introduction	3
Buts du projet	3
Objectifs fixés pour 2012	3
Activités 2012 : exemples choisis d'actions 2012	4
Internet	4
Totems PR-PG.....	5
Promotion des fêtes et traditions romandes	5
Puzzle géant	6
Agenda 2014	6
Activités 2012 : exemples choisis, par marque	7
Produits du Terroir du Pays de Fribourg.....	7
Projet « Vente en ligne »	7
Soutiens aux points de vente	7
Genève Région – Terre Avenir	8
Les Automnales	8
Objectif Terre	8
Spécialité du Canton du Jura et Produits du terroir du Jura bernois	8
Soutiens aux points de vente	9
Foire de Chindon	9
Neuchâtel - Produit du terroir	10
Promotion restaurants agréés	10
Produits du terroir au Château de Boudry	10
Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs.....	11
Gastronomia	11
Brochure Pays-d'Enhaut Produits Authentiques.....	11
Valais	12
Marché des Saveurs à Sion	12
Promotion restaurants agréés	12
Management / Coordination	12
Conclusions et perspectives	14

Introduction

Dans le présent rapport d'activités 2012, nous allons tout d'abord présenter les buts principaux de la fédération Pays romand – Pays gourmand (ci-après PR-PG) ainsi que les objectifs spécifiques à l'année 2012. Par la suite, nous proposons quelques exemples de mesures communes et deux activités présentées par les membres de la fédération eux-mêmes. Dans ce rapport, vous ne trouverez donc pas la totalité des actions réalisées par chaque canton pour chaque mesure, mais uniquement des exemples choisis. L'intérêt de cette présentation est de montrer la variété des projets de promotion des produits du terroir en Suisse romande. Nous terminons le rapport avec quelques mots de conclusion et perspectives. Nous vous souhaitons une agréable lecture.

Buts du projet

Les marques régionales des produits du terroir de Suisse romande se sont regroupées en avril 2005 pour créer la fédération PR-PG. L'objectif premier de la fédération est d'amplifier et coordonner la communication et la promotion des marques régionales des produits du terroir de Suisse romande. Concrètement, les objectifs principaux de la fédération peuvent se résumer dans les points suivants :

- Augmentation des ventes des produits du terroir
- Elargissement de la zone d'action traditionnelle des marques régionales par des actions au niveau romand ou national
- Faire connaître les produits du terroir aux consommateurs
- Optimisation des coûts par des mesures collectives
- Concertation entre les marques sur des sujets communs tels que la certification et les stratégies de promotion
- Accès au soutien financier de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG)

Objectifs fixés pour 2012

Les objectifs pour l'année 2012 étaient les suivants :

Management/Coordination :

- Renforcement de l'équipe de coordination
- Mise au point d'un système de suivi et d'évaluation des différentes mesures
- Élaboration d'une stratégie de marketing pluriannuelle (2013-2016)
- Amélioration de la tenue de la comptabilité
- Visites dans les cantons dans le but de faire connaître les objectifs et avantages de la fédération et recenser les besoins et attentes des marques

Communication globale :

- Internet et médias électroniques : relookage du site de PR-PG et des sites des marques, développement de nouveaux médias électroniques
- Outils de communication aux points de ventes : développement de divers outils de communication avec la signature commune
- Campagnes thématiques et promotionnelles : amplification de la communication à travers des campagnes d'affichage et les médias, des revues spécialisées ainsi que promotion de la présence des produits dans les restaurants

Foires et manifestations suprarégionales :

- Renforcement de la collaboration entre les marques au niveau de la présence dans les foires et manifestations suprarégionales

Foires et manifestations régionales :

- Participation des marques à des foires de type régional

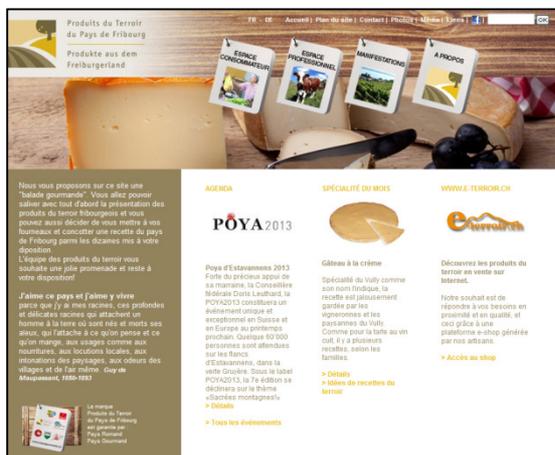
Activités 2012 : exemples choisis d'actions 2012

Internet

Le site internet www.paysgourmand.ch présente une base de données complète des produits labellisés des marques régionales membres de la fédération PR-PG, ainsi que des fiches des producteurs et des points de vente. En 2012, quelques améliorations du site ont été réalisées. Les fiches des producteurs affichent actuellement une carte de géolocalisation qui facilite l'accès aux points de vente et qui est en même temps utile pour la classification du site dans le moteur de recherche Google. De plus, l'interface du site a été adaptée aux écrans des Smartphones, ce qui permet une utilisation plus ergonomique du site sur mobile.

Les sites internet des marques : fribourgeoise, neuchâteloise et du Jura - Jura bernois ont par ailleurs été modifiés aux couleurs de PR-PG : la planche en bois du logo de la fédération apparaît sur les pages des sites selon la charte graphique.

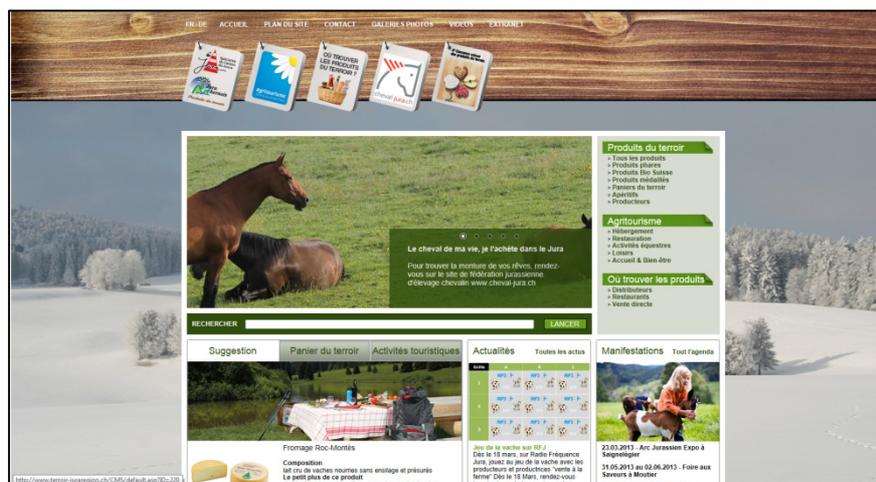
La synchronisation entre les sites de toutes les marques et le site de PR-PG était à fin 2012 bien avancée. Restent quelques mises à jour à réaliser.



www.terroir-fribourg.ch



www.ovpt.ch



www.terroir-juraregion.ch

Totems PR-PG

Parmi les mesures de promotion, nous tenons à citer la réalisation de sept « totems », stands-présentoirs qui ont été inaugurés au Salon Suisse des Goûts et Terroir (SSGT) à Bulle. Ces totems sont constitués d'une base en forme de caisse en bois qui reprend le motif du logo de PR-PG, sur laquelle est posée une vitrine pouvant contenir des objets à exposer. Cette vitrine est dotée d'un couvercle en bois sur lequel des objets – brochures, iPad – peuvent être posés à l'attention des visiteurs.

Au SSGT, manifestation phare en Suisse romande, à laquelle toutes les marques membres de PR-PG participent chaque année, un totem signalait à l'entrée la présence des membres de PR-PG au Salon. Les autres six totems se trouvaient près des stands des marques, permettant ainsi de créer un fil rouge entre les marques. Les vitrines des totems présentaient les produits de tous les cantons, pour montrer aux visiteurs la cohésion entre les marques romandes.

Sur les totems étaient posés des iPad qui donnaient accès au site internet de PR-PG, ainsi qu'au site de la marque en question. Aux totems était associé un grand concours avec des questions sur les produits de chaque canton.

Plus de 1600 visiteurs ont participé au concours qui offrait des bons pour les bains de Charmey et des paniers de produits romands.



**Totem au SSGT à Bulle
Stand genevois**

Promotion des fêtes et traditions romandes



Agenda des fêtes et traditions

Les membres de la fédération ont réalisé ensemble un agenda des fêtes et traditions, illustrant les principales foires, manifestations, us et coutumes liés aux terroirs romands. Cette brochure est distribuée dans les foires et manifestations, présentant la richesse et variété des manifestations romandes en matière de terroir. Plus de 16'000 exemplaires ont été imprimés en 2012.

Puzzle géant

Un puzzle géant formé de cubes de 50 cm de côté a été réalisé sous l'initiative de la Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs. Les visiteurs des foires et manifestations ont pu jouer avec ce puzzle et reconstruire la photo du paysage qui évoque la Suisse romande, composé intégralement à partir de vrais produits du terroir romands. Le puzzle, présent en 2012 au Comptoir Suisse à Lausanne et au Marché des Saveurs à Sion, a été très apprécié par grands et petits.



Puzzle géant

Agenda 2014

En 2012, la fédération a commencé à réfléchir à un nouvel objet promotionnel fédérateur qui verra le jour en 2013. Il s'agit d'un agenda 2014 qui présentera chaque mois un produit et une recette par canton. L'agenda sera distribué dès l'automne 2013 dans les foires de Suisse romande.

En 2012, 12 photos de produits, deux par membre de la fédération, ont été réalisées par un photographe professionnel.



Féra fumée vaudoise



Toetché du Jura

Activités 2012 : exemples choisis par les membres de PR-PG

Produits du Terroir du Pays de Fribourg

Projet « Vente en ligne »

Le site internet de vente en ligne www.e-terroir.ch a été officiellement lancé en décembre 2011.

Après plus d'une année d'exploitation, le projet mené d'abord par le team des Produits du Terroir du Pays de Fribourg a pris de l'ampleur. En effet, c'est dans le courant de l'année 2013 que les consommateurs retrouveront tous les produits du terroir romands.

Pour développer ce concept, de nombreuses réunions ont été organisées entre les Produits du Terroir du Pays de Fribourg et les responsables des autres marques romandes, afin de leur présenter le concept et les intégrer rapidement sur le site de vente en ligne.

Aussi, le site doit subir des modifications pour s'adapter à un plus grand choix de produits et de producteurs et afin d'améliorer son utilisation pour les consommateurs. Ces changements ont commencé en 2012 et se termineront en 2013.

Pour faciliter la livraison des produits du terroir directement au consommateur, une collaboration avec la Halle Romande de Lausanne a été discutée afin de centraliser l'envoi des commandes.

Ce site internet de vente en ligne spécialisé pour les produits du terroir romands est prometteur. La demande des consommateurs est bien présente et nous pourrions répondre à un besoin de plus en plus grand : allier nouvelle technologie et traditions, avec une livraison de produits locaux, directement à la maison !



Page d'accueil www.e-terroir.ch

Soutiens aux points de vente

Les Produits du Terroir du Pays de Fribourg et l'Association fribourgeoise des exploitants de magasins de stations-service (AFEMS) ont développé une collaboration afin de mettre en avant les produits locaux. Le public cible des shops des stations-services est composé des habitants locaux ainsi que des pendulaires et touristes de passage. Cette mise en évidence permet à plusieurs producteurs du canton d'écouler leurs produits dans de nouveaux points de vente.



Présentoir dans les shops

Genève Région – Terre Avenir

Les Automnales

Cette quatrième édition des Automnales a vu son affluence augmenter par rapport à l'année précédente avec 128'000 visiteurs.

L'espace épicerie est resté le même qu'en 2011, mais laissant en plus la possibilité aux producteurs de faire déguster leurs produits. En plus des huit vigneronns présents, quatre producteurs ont participé à la manifestation et ont été satisfaits du résultat. Les animations organisées (concours de tartes, tournoi de jass, etc.) sur le stand n'ont rencontré que peu de succès, le public souhaitant surtout visiter.

Visiter et déguster les menus terroir - plus de 6000 menus ont été servis, avec des plats du canton enrichis d'autres spécialités romandes.

L'épicerie a également joué la carte de la Romandie avec des produits provenant de tous les cantons.

La zone d'animation a été dédiée aux pommes et aux arboriculteurs, avec une fresque géante représentant le label Genève Région-Terre Avenir. Ce stand, où l'on pouvait notamment découvrir l'extraordinaire variété de pommes, a rencontré un énorme succès.



Produits romands à l'épicerie des Automnales

Objectif Terre

Dans le cadre d'une campagne télévisuelle, Genève a réalisé une émission coproduite avec la TV régionale Léman Bleu. Ce magazine de 26 minutes, pour lequel a été employé le générique de PR-PG, dresse un portrait de l'agriculture genevoise et ses enjeux locaux et nationaux. Le journaliste Olivier Delhoume part à la rencontre d'un producteur sur son lieu de travail et invite ensuite des acteurs de la filière concernée pour un débat.



Objectif terre



Générique PR-PG

Spécialité du Canton du Jura et Produits du terroir du Jura bernois

Soutiens aux points de vente

Durant cette année 2012, environ 100 points de vente ont été visités dans le Jura et le Jura bernois dans le but de commercialiser davantage de produits du terroir et de comprendre les besoins des commerces en matières de promotion et communication, afin d'améliorer les ventes de ces produits.

Une majorité des points de vente a relevé que des animations comme des dégustations représenteraient un élément fort pour accentuer la commercialisation et la communication des produits du terroir. De ce fait, un projet est en cours de réalisation afin de mettre en place un système permettant de créer un planning d'animations dans les différents magasins en sollicitant les producteurs pour faire la promotion de leurs produits.



Produits du terroir dans les magasins du Jura et du Jura bernois

Foire de Chaindon

Parmi les nombreuses foires régionales où les produits du Jura et du Jura bernois étaient présents, nous pouvons signaler la Foire du Chaindon, qui a eu lieu le 10 septembre 2012. Durant cette manifestation, il a été convenu qu'un producteur représente les produits du terroir labellisés du Jura et du Jura bernois. En effet, les coûts de montage et tenue du stand par du personnel de vente étaient très élevés par rapport aux ventes de produits effectués. Une convention a été élaborée entre la Fondation Rurale Interjurassienne et le producteur afin de régler les détails de cette collaboration.

Neuchâtel - Produit du terroir

Promotion restaurants agréés

Les soirées «Terroir & Restauration neuchâtelois» ont eu lieu entre mars et novembre 2012. Sept restaurateurs au bénéfice de la charte proposent un menu du terroir gastronomique de cinq plats accompagnés de crus de Neuchâtel.

Les plats sont confectionnés à partir de matières premières fournies par des artisans du canton et les crus sont présentés et commentés par les encaveurs.

La promotion de cet événement se fait sous forme d'un dépliant envoyé aux clients et entreprises de la région, ainsi qu'à la presse romande, en début d'année. Un second courrier est envoyé aux entreprises après les vacances d'été. Un spot est également diffusé sur la radio régionale pour annoncer les soirées, les deux jours avant et le jour-même.



Dépliant Terroir & Gastronomie Neuchâtelois

Produits du terroir au Château de Boudry

Le week-end des Produits du Terroir au Château de Boudry a eu lieu les 10 et 11 novembre 2012. 22 exposants étaient présents: 11 artisans de produits du terroir et 11 encaveurs. Un traiteur proposait une restauration chaude avec une carte de mets du terroir.

La promotion a été faite au moyen d'un flyer, de bâches placées à des points stratégiques aux environs de Boudry (voir photo ci-dessous), de spots sur la télévision locale Canal Alpha qui montraient le logo de PR-PG, de spots sur les écrans des transports publics régionaux et de spots sur la radio locale RTN.



Bâche « Produits du terroir au Château de Boudry »

Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs

Gastronomia

Du 4 au 7 novembre, Gastronomia a réuni 11'000 visiteurs professionnels du secteur HORECA (hôtels – cafetiers – restaurateurs) (+84%) et 167 exposants et partenaires (+67%) à Expo Beaulieu Lausanne. L'engouement des visiteurs a permis à la manifestation de redevenir un rendez-vous incontournable pour la branche en Suisse romande. Cette réussite et les réactions enthousiastes des exposants ont prouvé que le concept mis en place en 2010 correspondait à la demande du marché.

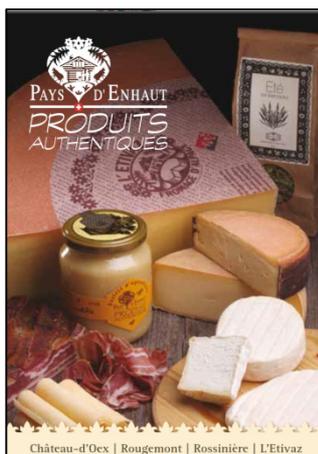
La présence de la Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs s'est articulée autour de l'espace VIP et le stand de la Halle Romande. En effet des planchettes garnies des produits phares étaient offertes aux VIP avec un verre de mousseux local. Les produits du terroir vaudois, mais aussi jurassiens et genevois étaient présents via l'imposante Epicerie romande, gérée par la Halle romande.



Epicerie romande à Gastronomia

Brochure Pays-d'Enhaut Produits Authentiques

La marque vaudoise Pays-d'Enhaut Produits Authentiques a publié en 2012 la 13^{ème} édition de sa brochure, éditée à 10'000 exemplaires. Cette brochure présente les producteurs et les produits et propose un contenu pratique et utile sur les services.



Page de couverture



Quatrième de couverture

Valais

Marché des Saveurs à Sion



Affiche Marché des Saveurs

3'000 gourmands ont découvert avec enthousiasme la première édition du « Marché des Saveurs » aux Casernes de Sion. La vingtaine de producteurs qui ont participé à ce salon réservé se sont également déclarés enchantés de leur weekend et du grand intérêt des visiteurs pour les produits du terroir.

Promotion restaurants agréés

L'édition 2012 du guide « Valais-Terroir » suggère 300 adresses gourmandes pour déguster, découvrir et acheter les meilleurs produits du terroir valaisan :

- 45 restaurants labellisés « Saveurs du Valais »
- 129 sites agro-touristiques
- 136 points de vente directe

Ces bons tuyaux sont également disponibles sur les sites internet www.valais-terroir.ch et www.paysgourmand.ch.



Guide « Valais-Terroir »

Management / Coordination

Dès le 1^{er} janvier 2012, le bureau de coordination de la fédération a son siège auprès d'AGORA.

2012 a été à nouveau une année de changements. Au 1^{er} janvier, Mme Pascale Larcher a été nommée responsable de projet (50%), Elisa Domeniconi a maintenu son poste d'assistante (60%) et Maryse Bourquenoud a repris la comptabilité de PR-PG (10%). Pour cause de maladie, Mme Larcher a été dans l'impossibilité de travailler dès le mois de juillet. Elisa Domeniconi a repris la responsabilité ad intérim (80%), épaulée par M. Walter Willener directeur d'AGORA, Mme Madelyne Rey, collaboratrice chez AGORA, ainsi que Mme Maryse Bourquenoud. Finalement, Mme Pascale Larcher ayant donné sa démission au 31 janvier 2013, Mme Elisa Domeniconi relèvera son poste dès le 1^{er} février 2013.

Malgré ces bouleversements, les activités du bureau de coordination ont pu être réalisées comme prévu et ont touché plusieurs domaines : administration, comptabilité, coordination, promotion, contact avec les partenaires actuels ou potentiels.

Le bureau de coordination est chargé d'organiser et animer les séances du comité et les assemblées des délégués.

Le comité, composé des six responsables des marques cantonales, s'est réuni neuf fois en 2012 pour coordonner les activités des marques et réfléchir à des actions communes. En particulier, la séance du comité du 28 juin a porté sur l'élaboration d'une stratégie marketing-communication pour la période 2013-2016. L'assemblée des délégués du printemps s'est tenue le 26 avril à Boudry et celle de l'automne a eu lieu à l'occasion de l'ouverture du Comptoir Suisse à Lausanne, le 14 septembre.

L'équipe de coordination a débuté fin 2012 les visites auprès des différents offices de promotion des cantons, ceci afin de mieux connaître le fonctionnement de chaque marque régionale, de faire connaître davantage les objectifs et avantages de la fédération, ainsi que de recenser les besoins et attentes des membres. Par ces visites, on cherche également à renforcer le dialogue entre les marques membres de la fédération, à tisser des points communs, envisager de nouvelles stratégies. Les visites se poursuivront en 2013.

Une avancée importante a été constatée au niveau de la tenue des comptes. Grâce à un plan comptable analytique élaboré par Maryse Bourquenoud, les comptes résultent nettement plus transparents, montrant pour chaque mesure la répartition des dépenses entre les marques.

Aussi, nous pouvons signaler une amélioration dans le suivi des dépenses des marques. Les marques ont été invitées à communiquer leurs dépenses au 30 juin, au 30 septembre et au 31 décembre, de manière à assurer un suivi des dépenses et des mesures réalisées tout au long de l'année. Toutefois, la tenue de ces délais par les marques peut encore être améliorée.

Un objectif du bureau de coordination est également de représenter les marques régionales au sein de la plateforme IG-Regionalprodukte ainsi que vis-à-vis de l'OFAG. Dès septembre 2012, la responsable de projet a participé également, avec le président de la Commission intercantonale Terroir (CiT) M. Loïc Bardet, aux séances concernant l'harmonisation des lignes directrices des marques des produits du terroir à niveau national.

Conclusions et perspectives

Nous nous proposons de conclure en passant en revue les objectifs présentés au début du présent rapport.

Management/Coordination :

Les objectifs fixés ont été pour la plupart atteints, notamment à niveau de la coordination et du suivi des activités des marques, de la tenue d'une comptabilité intégrant les dépenses des marques, des réponses aux exigences de l'OFAG et de communication avec les membres à travers les visites dans les cantons. Le suivi et l'évaluation des différentes mesures ont pu être améliorés mais doivent être suivis de manière systématique par les marques. Les membres de la fédération envisagent confier davantage de mesures communes au bureau de coordination. Aussi, en 2013, la fédération souhaite réaliser une étude de marché afin de mieux définir le public-cible des marques des produits du terroir romands.

Communication globale :

Concernant les sites internet, nous avons présenté dans ce rapport les améliorations réalisées sur le site de PR-PG et le relookage des sites de certaines marques.

Le relookage du site de PR-PG n'ayant pas pu être réalisé en 2012, cette mesure est prévue pour 2013, afin de donner une cohérence entre le site « mère » et les autres. Des améliorations au niveau de la synchronisation des données entre les sites doivent encore être réalisées.

Concernant le site de vente en ligne, les membres de la fédération se réjouissent que ce projet devienne un projet romand à proprement parler, avec l'introduction des produits de tous les cantons prévu pour 2013.

Les projets visant à améliorer la présence des produits du terroir romands dans les points de vente ont été réalisés comme prévu au budget. À l'avenir, la fédération envisage de mettre en place une sensibilisation des points de vente qui soit davantage coordonnée à niveau romand, éventuellement à l'aide d'un « ambassadeur ».

Les autres mesures de communication prévues pour 2012 ont pu être réalisées. La signature commune était présente sur les affiches, annonces, flyers, films, etc. conçus par les membres. Le matériel promotionnel a été développé selon la charte graphique de la fédération.

Foires et manifestations suprarégionales :

La collaboration entre les marques au sein des foires suprarégionales a pu être améliorée en 2012, comme présenté dans le présent rapport. Des progrès peuvent encore être amenés. Dès 2013, chaque marque sera responsable d'une manifestation « phare » et se portera ambassadrice des collègues romands en présentant les produits des autres marques.

Toutes les mesures prévues ont eu lieu, sauf la présence des marques sous l'égide de PR-PG à l'OLMA à Saint-Gall (bien que la Fédération Pays de Vaud – Pays du te terroirs ait participé à cette foire), ce qui explique en grande partie l'écart entre le financement demandé à l'OFAG pour 2012 et les dépenses réelles présentées pour la même année.

Foires et manifestations régionales :

Les membres de la fédération ont été en 2012 aussi très présents dans les foires régionales. Quelques variations au niveau du programme ont pu être constatées notamment pour le Valais qui a souhaité mettre l'accent sur la présence des produits au Marché des Saveurs à Sion en dépit de la participation à des foires zurichoises. La participation des marques aux foires régionales sera maintenue en 2013.

Les membres de la fédération, ainsi que le président M. Luc Barthassat et le bureau de coordination se réjouissent de leur collaboration dans les années à venir et vous donnent rendez-vous dans une année.