

# Rapport d'activités 2013

---

# PAYS ROMAND PAYS GOURMAND

Pays romand – Pays gourmand  
Jordils 5 – CP 1080  
1001 Lausanne

Identité du projet :  
UR 102.2003.13

Lausanne, le 28.03.2014





## Table des matières

Introduction .....	3
Buts du projet .....	3
Objectifs fixés pour 2013 .....	3
Quelques exemples de promotion commune 2013 .....	4
Site Internet PR-PG .....	4
Site de vente en ligne e-terroir .....	5
Sets de table .....	5
Agenda PR-PG 2014.....	6
Revue Semaine du Goût.....	6
Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle .....	7
Etude de marché.....	7
Activités 2013 : exemples choisis par les membres de PR-PG.....	8
Produits du Terroir du Pays de Fribourg.....	8
Confrontation européenne Holstein et Red Holstein.....	8
Restaurants agréés Produits du Terroir du Pays de Fribourg.....	8
Genève Région – Terre Avenir .....	9
Fête de la tomate .....	9
Les Automnales .....	9
Spécialité du Canton du Jura et Produits du terroir du Jura bernois .....	10
Concours Suisse des Produits du Terroir .....	10
Marché-Concours de Saignelégier .....	10
Neuchâtel - Produit du terroir .....	11
Produits du terroir au Château de Boudry .....	11
Promotion restaurants agréés .....	11
Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs.....	12
Le Comptoir Suisse.....	12
Swiss Expo .....	12
Valais .....	13
Soutien aux points de vente : Animation Coop.....	13
Marché des Saveurs et Artisans à Martigny .....	13
Coordination.....	14
Conclusions et perspectives .....	15

## **Introduction**

Le présent rapport d'activités retrace quelques-unes parmi les multiples actions de promotion réalisées en 2013 par les membres de la Fédération Pays romand – Pays gourmand (PR-PG). Ce rapport n'est donc pas exhaustif, mais il complète les rapports de contrôle officiels que requiert l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) pour l'année 2013 : envoi du rapport financier avant le 31 mars 2014, envoi du rapport d'activités avant le 31 mai 2014.

## **Buts du projet**

Les marques régionales des produits du terroir de Suisse romande se sont regroupées en avril 2005 pour fonder la fédération PR-PG. L'objectif premier de la fédération est d'amplifier et de 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 :

- Faire connaître les produits du terroir aux consommateurs
- Elargissement de la zone d'action traditionnelle des marques régionales par des actions au niveau romand ou national
- Optimisation des coûts par des mesures collectives
- Concertation entre les marques concernant les stratégies de promotion
- Accès au soutien financier de l'OFAG, Secteur de la promotion des ventes

## **Objectifs fixés pour 2013**

Les objectifs pour l'année 2013 étaient les suivants :

### **Coordination :**

- Renforcement de l'équipe de coordination
- Visites aux offices de promotion des membres (suite)
- Mise en place d'une étude de marché

### **Communication globale :**

- Internet et médias électroniques : relookage du site de PR-PG, amélioration de la synchronisation entre le site de PR-PG et les sites des marques, lancement du nouveau site internet de vente en ligne
- Soutiens aux points de ventes : développement de la présence des produits du terroir dans les points de vente, soutien à la communication du magasin Terre vaudoise (anciennement Halle romande)
- 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

### **Projets régionaux :**

- Participation des marques à des foires de type régional et réalisation d'autres projets régionaux

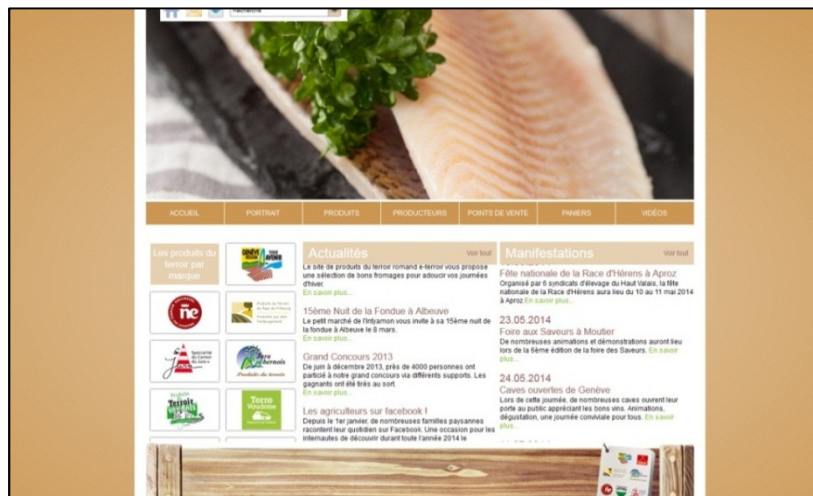
## Quelques exemples de promotion commune 2013

### Site Internet PR-PG

En 2013, le site internet de PR-PG a connu une révolution chromatique. Le traditionnel vert qui nous a accompagnés pendant des années s'est muté en brun-terre, plus adapté aux couleurs du logo de la fédération.

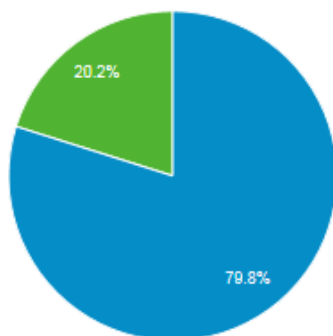
Les photos sur les bandeaux du site ont été renouvelées avec des nouvelles images de chaque canton, qui déroulent sur le haut des pages. Ces photos sont reprises de celles faites pour l'agenda 2014, réalisé en 2013 (voir plus bas).

La page d'accueil a également été modifiée pour présenter plus clairement les différentes marques, les actualités et la liste des manifestations.



Nouveau look du site [www.paysgourmand.ch](http://www.paysgourmand.ch)

■ New Visitor ■ Returning Visitor



En 2013, le site a été visité par env. 40'000 visiteurs uniques, ce qui représente une augmentation de 15% par rapport à 2012.

20% de ces visiteurs se sont reconnectés après leur première visite.

Les visiteurs se sont connectés le plus souvent depuis la ville de Lausanne (les « clics » du bureau de coordination sont aussi pris en compte), suivie dans les statistiques par Zürich, Genève, Neuchâtel, Berne, Fribourg, Sion et Delémont.

La grande majorité des personnes se rend sur le site de PR-PG via un ordinateur. 9000 personnes se sont toutefois connectées via un Smartphone ou une tablette.

À ces chiffres il faut rajouter une partie d'internautes qui se seraient connectés via la version mobile du Smartphone mais qui n'ont pas été pris en compte par les statistiques Google, étant donné qu'une erreur a été commise par notre webmaster dans le codage des statistiques. Le problème est actuellement résolu.

Site de vente en ligne e-terroir

Depuis le 20 septembre 2013, le site internet [www.e-terroir.ch](http://www.e-terroir.ch) est complètement rénové et il propose des produits de tous les cantons romands. Le site est géré par l'Association pour la Promotion des Produits du terroir du Pays de Fribourg pour l'ensemble des marques membres de PR-PG. La promotion du site a été réalisée via différents moyens de communication : concours, publicité sur les transports publics, newsletters, communiqués de presse, flyers et réseaux sociaux.

Contrairement à son fonctionnement des débuts (première mise en ligne en décembre 2011), les commandes sont aujourd'hui gérées par une centrale de distribution : le magasin Terre vaudoise – la Halle à Lausanne, qui traite les commandes et envoie les colis. Bien que ce nouveau système puisse encore être amélioré et que la promotion doive être intensifiée dans tous les cantons, le site est très apprécié par les consommateurs, qui peuvent tranquillement faire leurs achats depuis leur domicile et être livrés dans les 48 heures.



Le site [www.e-terroir.ch](http://www.e-terroir.ch)

Sets de table

22'000 sets de table ont été réalisés en 2013. Ils ont été distribués dans tous les cantons romands : dans les foires et manifestations, les restaurants, buvettes, ...

Le set de table représentait notre photo de paysage créé avec les produits des terroirs romands et était associé à un concours. Environ 1200 personnes ont participé via le coupon du set de table.



Le même concours était disponible en ligne sur le site internet de la fédération et via des bulletins en papier distribués au Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle, événement incontournable pour les marques romandes des produits du terroir. En tout, près de 4000 personnes ont participé au concours, qui a duré de juin à décembre. Les 10 personnes les plus chanceuses ont gagné chacune un panier de produits romands.

Le set de table

## Agenda PR-PG 2014



L'agenda 2014 et ses pages cantonales : exemple valaisan

PR-PG a réalisé un agenda 2014, format poche. L'intérêt de cet objet promotionnel était de pouvoir présenter toutes les marques sur un seul support. Au début de chaque mois, une des marques membres de PR-PG était présentée à travers la photo d'un produit emblématique et une recette en lien avec le produit. Les produits qui ont été mis en avant sont des produits moins connus que les célèbres AOP/IGP, qui bénéficient déjà de beaucoup de promotion. Nous avons donc choisi les abricots pour le Valais, le Bleuchâtel pour Neuchâtel, les lentilles pour Genève, etc..

En outre, dans le calendrier sont notées les foires auxquelles les marques régionales participent en 2014.

5000 exemplaires de ces agendas ont été distribués dans les foires et manifestations de toute la Suisse romande et ont été appréciés par ses visiteurs. Malgré cela, cette opération a été parfois critiquée en raison de l'utilisation toujours plus répandue des agendas électroniques.

## Revue Semaine du Goût

En 2013, PR-PG a collaboré avec la Semaine du Goût en publiant des articles présentant un produit par canton dans sa revue, dont le thème principal était le réseau des *Itinéraires culturels en Suisse*. Les produits romands étaient « placés » sur ces voies historiques.

Pour cette mesure de promotion, les photos réalisées pour l'agenda ont été mises en valeur également dans la revue de la Semaine du Goût.

le toéché est aujourd'hui souvent servi à l'apéro en Ajoie.

### TOÉCHÉ

L'APÉRO DES AJOULOTS

La carte de visite des Ajoûlots? La Saint-Martin bien sûr et son fameux toéché. Ce met fut longtemps un plat en soi. Préparé à base de farine, de beurre, d'œufs, de levure, de crème et de sel, le toéché est aujourd'hui souvent servi à l'apéro en Ajoie. Son goût aigre caractéristique est dû à l'acidification de la crème. Avant la généralisation des réfrigérateurs, le lait cru était stocké au frais durant plusieurs jours. La crème remontait à la surface et, en vieillissant, acquérait un goût acidulé par transformation bactérienne. Aujourd'hui, on utilise de la culture de yaourt pour garantir le processus d'acidification. A noter le lancement récent d'un service de toéché des paysannes proposé sur simple appel par une dizaine de fermes (079 157 09 56).

[www.frj.ch](http://www.frj.ch)

### LE BREUSI

SÉCHÉ ET FUMÉ À POINT

Cousin de la viande séchée du Valais ou des Grisons, le breusi se distingue par son passage au fumoir. Elaborée à base de cuissot de bœuf, la viande est frottée au sel et aux épices tous les deux jours pendant 2 mois avant d'être mise à sécher durant 6 à 9 semaines. Le temps passé au fumoir varie selon la grosseur du morceau, mais il n'est jamais bien long, car c'est la subtilité du goût fumé que l'on recherche avant tout. A la bouche-rie Krebs de Bévillard, on produit un breusi réputé loin à la ronde. "Je travaille à la façon de mon grand-père, selon une méthode ancestrale. Nos viandes sont séchées dans un local de 1791 où nous avons conservé le vieux fumoir. Elles se distinguent par un goût épicé avec une pointe de caramel et de fumé qui est notre marque de fabrique", explique Pierre Krebs. On trouve aussi du Breusi chez Stéphane Oester, Boucher de campagne.

[www.terroir-juraregion.ch](http://www.terroir-juraregion.ch)

Les marques du Jura et du Jura bernois présentées dans la revue de la Semaine du Goût

## Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle



Totem vaudois avec iPad.  
Sur la gauche, le cabas du Salon.

L'édition 2013 du Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle a eu lieu du 27 novembre au 1<sup>er</sup> décembre. Toutes les marques membres de PR-PG y étaient représentées avec leur stand de producteurs et, dans la majorité des cas, aussi des restaurants.

Les espaces cantonaux accueillaient également les « totems PR-PG » réalisés en 2012 et améliorés cette année avec une structure montante qui les rend plus visibles et un panneau représentant la carte de la Suisse romande avec les logos des marques.

Sur les totems, les iPads promouvaient la page du site e-terroir et le concours de PR-PG (voir plus haut).

Cette année aussi, PR-PG a sponsorisé une face des cabas que le Salon réalise chaque année et distribue gratuitement aux exposants.

La manifestation a accueilli 40'000 visiteurs durant 5 jours.

## Etude de marché

En 2013, PR-PG a mandaté l'Institut de management et des systèmes d'information (imsi) de la Haute école de gestion ARC de Neuchâtel pour réaliser une étude de marché afin de mieux déterminer les profils, connaissances, pratiques et attentes des consommateurs des produits du terroir en Suisse romande. Afin d'obtenir un échantillon représentatif, l'étude s'est concentrée sur le canton de Vaud, tout en présentant aussi des questions générales sur les produits des terroirs romands, susceptibles d'être utiles aux autres membres de la fédération. L'étude était composée d'un volet qualitatif (10 entretiens semi-directifs) et d'un volet quantitatif (300 entretiens face à face rue dans trois villes vaudoises).

Les résultats, qui nous ont été fraîchement communiqués, doivent encore être mis en valeur et seront présentés au comité prochainement. Nous en mentionnons quelques-uns ci-dessous :

- Profil du consommateur de produits du terroir : marié-e ou en concubinage, tranche d'âge 46 à 60 ans, revenu annuel net entre fr. 50'000.- et fr. 100'000.-.
- Motivations de consommation : fraîcheur et qualité des produits ; soucis écologiques et provenance des produits ; soutien à l'économie locale.
- Attentes vis-à-vis des labels : production locale, qualité des produits, soutien au producteur régional
- Habitudes de consommation : 27% des répondants dans l'étude quantitative déclarent acheter régulièrement des produits du terroir.
- Attente des consommateurs : la majorité des interviewés souhaite que les produits du terroir soient plus accessibles - nécessité de plus d'informations par rapport aux lieux des ventes existants
- La meilleure publicité pour les marques est la publicité qui se réalise dans les magasins (43.8%). En deuxième position se trouvent les salons et les foires (15.5%). Un autre moyen de publicité à ne pas négliger est le bouche à l'oreille, qui est un axe de développement essentiel car moins coûteux que les traditionnels moyens (affichage etc.).
- Finalement, 12% des interviewés en face à face rue déclarent avoir déjà entendu parler de PR-PG.



## Activités 2013 : exemples choisis par les membres de PR-PG

### Produits du Terroir du Pays de Fribourg



Produits du Terroir  
du Pays de Fribourg

Produkte aus dem  
Freiburgerland

### Confrontation européenne Holstein et Red Holstein

Pour la première fois en Suisse, la confrontation européenne Holstein et Red Holstein a eu lieu à Fribourg les 1<sup>er</sup> et 2 mars 2013. Cette manifestation trisannuelle, organisée conjointement par la Fédération suisse d'élevage Holstein et la Coopérative swissherdbook, a accueilli plus de 17 délégations internationales avec plus de 170 vaches.

Les Produits du Terroir du Pays de Fribourg et ses homologues romands et suisse-allemands ont collaboré pour faire découvrir les saveurs de notre pays aux visiteurs étrangers et à l'ensemble des personnes qui étaient présentes. Un marché de Produits du Terroir a été mis en place en collaboration avec les marques cantonales romandes afin de faire découvrir les saveurs et les délices de l'artisanat suisse aux participants à la Confrontation ainsi qu'aux touristes. Parallèlement à la confrontation, une visite de six fermes a été organisée pour les visiteurs. Durant la visite des fermes, une petite collation était proposée aux touristes ainsi que des sacs "lunch" offrant des produits du terroir, sponsorisés en partie par les marques romandes.



Produits romands à la Confrontation  
Holstein et Red Holstein

### Restaurants agréés Produits du Terroir du Pays de Fribourg

L'insigne "Restaurant agréé Produits du Terroir du Pays de Fribourg" permet de promouvoir les produits du Terroir de Fribourg et de mettre en avant l'effort des restaurateurs qui utilisent des produits locaux et confectionnent des plats traditionnels fribourgeois. Grâce à 16 restaurants agréés répartis dans les sept districts du canton de Fribourg, les touristes, excursionnistes et locaux ont la possibilité de déguster en toute sérénité des produits de qualité.

En 2013, la délégation, composée de Madame Muriel Hauser présidente de Gastrofribourg ainsi que de Monsieur Jean-Nicolas Philipona et Anne-Sophie Roulier pour l'Association pour la Promotion des Produits du Terroir, a rendu visite à 10 restaurants membres afin de



vérifier leur carte de mets, distribuer du matériel promotionnel et mettre à jour les nouveautés sur le site internet [www.terroir-fribourg.ch](http://www.terroir-fribourg.ch).

Les marques neuchâteloise et valaisanne ont aussi réalisé comme chaque année leur promotion des produits du terroir dans les restaurants.

## Genève Région – Terre Avenir



### Fête de la tomate

La traditionnelle Fête de la tomate à Carouge représente chaque année une vitrine importante des produits GRTA et des produits romands. Du 12 au 13 juillet, 11'000 visiteurs ont pu découvrir la richesse de la culture maraîchère pratiquée dans le canton de Genève et les savoir-faire de leurs producteurs, mais aussi le terroir romand, via la présence de plusieurs producteurs venant du Jura, de Vaud, de Neuchâtel, ... au marché du terroir romand. De 10h à minuit, les visiteurs ont pu voir, toucher et déguster les produits du terroir.



Stand vaudois à la Fête de la tomate

### Les Automnales

En 2013, Les Automnales ont confirmé, avec 135'000 visiteurs (en augmentation), leur statut de «rendez-vous incontournable d'automne».



Luc Barthassat, Président de PR-PG (au centre) a aussi rendu visite aux Automnales

Du 8 au 17 novembre, 450 exposants étaient présents à Palexpo sur près de 50'000 m<sup>2</sup> pour présenter leurs produits et services. Du côté de l'agriculture, le label Genève Région - Terre Avenir a été mis en avant sur une importante surface tout comme les spécialités des terroirs romands, qui ont été proposées dans les menus par les paysannes et dans l'épicerie romande. Cette année, la zone d'animation a été réservée aux laitières présentes avec les éleveurs, lesquels ont reçu la visite d'un nombreux public dont des classes d'élèves... et le Genève Servette Hockey Club.

## Spécialité du Canton du Jura et

## Produits du terroir du Jura bernois



## Concours Suisse des Produits du Terroir

Le 5ème Concours suisse des produits du terroir s'est déroulé les 27 et 28 septembre 2013 à Delémont-Courtemelon. Sur les 922 produits inscrits provenant de 21 cantons, 240 médailles d'or, d'argent et de bronze ont été décernées.

La remise des médailles a eu lieu en direct sur le Marché des terroirs suisses et les médailles ont pu être apposées directement sur les stands de marché.

Le Marché des terroirs suisses a accueilli environ 12'000 visiteurs. Les exposants provenant de toute la Suisse étaient identifiés avec des ardoises portant la signature de PR-PG.



Stand neuchâtelois au Marché Terroirs. avec l'ardoise PR-PG



Valais hôte d'honneur au Concours Suisse. Sur la gauche, le totem PR-PG du Valais.

Les hôtes d'honneur "Franche-Comté" et "Valais-Wallis" ont présenté leurs savoir-faire par l'aménagement d'un espace avec les produits et services des terroirs respectifs, ainsi que des animations musicales, dégustations et concours.

La communication qui a précédé et suivi l'événement s'est étendue en Suisse romande et plus modestement en Suisse alémanique, avec quelques 150 articles portant la signature de PR-PG ou interventions radiophoniques et télévisuelles.

## Marché-Concours de Saignelégier

Le Marché-Concours de Saignelégier s'est tenu du 9 au 11 août avec comme hôte d'honneur le canton des Grisons. Une pinte, située sous la tente de la FJEC, offrait aux visiteurs une carte de produits du terroir labellisés. Un stand, situé dans l'enceinte officielle, permettait au public de découvrir les produits du terroir labellisé.

## Neuchâtel - Produit du terroir



### Produits du terroir au Château de Boudry

Le week-end des Produits du Terroir au Château de Boudry a eu lieu les 9 et 10 novembre 2013. 20 exposants étaient présents: 9 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, 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 publicités sur la radio locale RTN.

Des produits des autres cantons romands étaient présents pour la promotion et à la vente sur le stand du magasin Au Gré des Saveurs.



Bâche « Produits du terroir au Château de Boudry »

### Promotion restaurants agréés

Les soirées «Terroir & Gastronomie neuchâtelois» ont eu lieu entre avril et novembre 2013.

Cinq 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 Promotion restaurants agréés

Cette mesure de promotion des produits du terroir dans les restaurants est également réalisée par les marques de Fribourg et du Valais.

## Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs



### Le Comptoir Suisse

Les Vaudois ont regagné la Halle 14 durant le Comptoir Suisse 2013 qui s'est déroulé du 13 au 22 septembre à Lausanne ! La Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs, le restaurant des Paysannes vaudoises, l'Épicerie Romande, l'École à la Ferme et l'Union Fruitière Lémanique ont assuré une présence importante, en étroite collaboration avec les Magiciens de la Terre, pour rencontrer leur public. Parmi les animations phares du Comptoir 2013, « Zoki les bons fourneaux » a tenu une cuisine de démonstration où il a revisité les produits du terroir vaudois de façon originale. A la clé, un jeu qui a permis aux visiteurs de participer activement au choix des recettes présentées par le cuisinier.

Quelques 5000 participants ont reçu un livre de recettes expressément édité pour l'occasion et se sont vus suggérer un vin vaudois accompagnant dignement lesdites créations.

Les producteurs romands, également présents dans la Halle 14, ont été très remarqués. À titre d'exemple, l'épicerie romande, proposant des produits de la Suisse romande et accueillant des producteurs, était gérée par Terre Vaudoise. L'épicerie Au gré des Saveurs de son côté le présentait de magnifiques produits du terroir de Neuchâtel comme l'absinthe et les miels.



Épicerie romande au Comptoir Suisse

### Swiss Expo

Swiss Expo n'a pas seulement accueilli les plus belles vaches et génisses à Expo Beaulieu Lausanne, mais a offert aussi à ses quelques 22'000 visiteurs la possibilité de déguster les produits du terroir vaudois et ce, du 17 au 20 janvier 2013. La Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs a été comme chaque année au rendez-vous de la Swiss Expo, le toujours plus prestigieux salon professionnel agrotechnique. Au cœur de l'Espace vaudois, la plateforme centrale de la Fédération, ornée de magnifiques paysages vaudois, a présenté



pour la première fois ses membres grâce à des guichets personnalisés.

Il y a aussi eu la Pinte vaudoise, le restaurant où déguster les mets de chez nous par excellence. Dans l'espace marché du terroir, les visiteurs ont découvert ou redécouvert les produits-phares tels que le Gruyère AOP, le Vacherin Mont-d'Or AOP, l'Étivaz AOP, le Maréchal, le Miel ou encore la Charcuterie vaudoise. Les Paysannes vaudoises ont animé leur secteur et ont présenté leurs spécialités, comme leurs fameuses tresses au beurre et leurs légendaires gâteaux du Vully, pommes et raisinée, à déguster encore tièdes.

## Valais



### Soutien aux points de vente : Animation Coop

Pour lancer la saison de l'abricot, le Valais a organisé les 19 et 20 juillet 2013 le concours du plus beau sourire abricot dans 6 mégastores COOP de la région Bern/Oberwallis.



Plus de 500 personnes ont participé à ce concours qui consistait à se faire photographier en mordant ou valorisant un abricot valaisan. Un week-end en Valais a récompensé les plus photogéniques.

Cette action s'inscrit dans les activités de soutien aux points de ventes, également réalisées par Fribourg, le Jura et le Jura bernois.

### Marché des Saveurs et Artisans à Martigny

Après une expérience pleinement réussie aux Casernes de Sion en 2012, c'est au centre de congrès de Martigny qu'a été organisé, du 6 au 8 décembre 2013, le nouveau « Marché des Saveurs » jumelé avec le « Marché des Artisans ».

Du côté des « Saveurs », une vingtaine de stands et un restaurant ont présenté les produits certifiés « Marque Valais », des produits des terroirs romands et des produits AOP/IGP.

10'000 visiteurs ont apprécié ce nouvel événement qui devrait devenir un incontournable rendez-vous annuel juste avant Noël.



Le Marché des Saveurs et Artisans a aussi accueilli la cérémonie du Prix d'Excellence, concours qui vise à récompenser les 5 meilleurs produits ayant reçu une médaille d'or au Concours Suisse des Produits du Terroir en septembre 2013. Le Valais ayant été hôte d'honneur du Concours Suisse, c'est sur son sol qu'a été organisée la remise des Prix d'Excellence. Cinq "Prix de meilleurs producteurs suisses" ont également été décernés aux producteurs ayant obtenu les meilleures moyennes dans leurs catégories.

## Coordination

En 2013, le bureau de coordination était composé par Elisa Domeniconi, responsable de projet (80%), Madelyne Rey (40%) et bénéficiait du soutien du directeur d'AGORA, Walter Willener. Les principales activités du bureau de coordination se déroulent dans les domaines suivants : coordination, administration, comptabilité, 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 six fois en 2013, afin de coordonner les activités des membres, échanger et définir des actions communes.

L'assemblée des délégués du printemps s'est tenue le 28 mars à Rossinière, où les membres et délégués ont été accueillis par la marque Pays-d'Enhaut – Produits authentiques et la Fédération Pays de Vaud, pays de terroirs. L'assemblée d'automne a eu lieu le 20 septembre à l'occasion de la fête de la Bénichon à Fribourg.

Le bureau de coordination s'occupe également de la comptabilité de la fédération en y intégrant les décomptes des membres. La tenue des comptes et le suivi des décomptes ont connu une amélioration notable en termes de transparence et de respect des délais.

En 2013, plusieurs mesures promotionnelles ont été coordonnées par le bureau de coordination, permettant de créer des outils de communication communs à tous les membres : l'agenda 2014, les sets de table, les totems,...

La responsable de projet, parfois accompagnée par le Président de la fédération, a poursuivi en 2013 les visites auprès des différents offices de promotion des cantons, 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. Les visites se poursuivront en 2014.

Parmi les rôles du bureau de coordination, mentionnons encore la représentation des marques au sein de la plateforme IG-Regionalprodukte. Les séances concernant l'harmonisation des lignes directrices des marques des produits du terroir de toute la Suisse se poursuivent. L'objectif est une entrée en vigueur de celles-ci au 1<sup>er</sup> janvier 2015.

Au niveau de la présidence de PR-PG, Luc Barthassat, élu en 2008, quitte la fédération en raison de ses nouvelles fonctions de Conseiller d'Etat.

Dès 2014, PR-PG accueillera ainsi une nouvelle personne à la présidence, qui sera élue lors de l'Assemblée des délégués du 8 avril 2014. Nous la remercions d'avance.

## Conclusions et perspectives

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

### **Coordination :**

Les objectifs fixés ont été pour la plupart atteints : les activités administratives et comptables suivent leurs cours dans le respect des délais.

Le bureau de coordination a pu assumer davantage de mesures de promotion, notamment dans la conception et réalisation de matériel promotionnel. À l'avenir, d'autres mesures plus importantes et qui fédèrent l'ensemble des marques seront coordonnées par le bureau de coordination.

L'étude de marché a pu se dérouler comme prévu. Les résultats, qui nous ont été fraîchement communiqués, doivent encore être mis en valeur et seront présentés au comité prochainement.

### **Communication globale :**

Les améliorations du site de PR-PG ont été réalisées comme présenté dans ce rapport. La synchronisation avec certains sites des membres nécessite encore du travail de la part des membres et du bureau de coordination.

Le site internet e-terroir dans son nouveau format a été mis en ligne le 20 septembre 2013. Le nouveau look et le nouveau fonctionnement, ainsi que l'élargissement aux produits romands sont appréciés. L'offre des produits sur le site doit encore être revue afin de tenir compte des souhaits de chaque membre. Pour augmenter sa visibilité, les cantons peuvent encore intensifier leurs efforts de communication autour du site.

Les projets visant à améliorer la présence des produits du terroir romands dans les points de vente ont été réalisés comme prévu au budget par les marques intéressées.

Les autres mesures de communication prévues pour 2013 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 :**

En 2013, chaque marque a été responsable d'une manifestation « phare » (ou deux) et s'est portée ambassadrice de ses collègues romands en présentant les produits des autres marques à travers le totem de PR-PG et la mise en vente de quelques produits phares des autres cantons. La mise en valeur des produits des terroirs romands a pu ainsi être améliorée dans les foires suprarégionales.

### **Foires et manifestations régionales :**

Les membres de la fédération ont également été très présents en 2013 dans les foires régionales. Une variation a pu être constatée concernant le Valais, qui a souhaité renoncer à deux mesures prévues au budget pour se concentrer sur sa présence en tant qu'hôte d'honneur au Concours Suisse des Produits du Terroir.

La participation des marques aux foires régionales sera maintenue en 2014.

### **Mots de la fin**

Elu au Conseil d'Etat, Luc Barthassat quitte la présidence de PR-PG après plus de cinq années de loyaux services au sein de notre fédération. Les membres de PR-PG et le bureau de coordination le remercient de tout cœur pour le travail accompli et lui souhaitent plein de succès dans ses nouvelles fonctions.