

Rapport d'activités 2014

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

Identité du projet :
UR 402.2003.14
30.03.2015

Suisse. Naturellement.



Produkte aus dem
Freiburgerland



VAUD+



www.paysgourmand.ch

Table des matières

Introduction	2
Buts du projet	2
Objectifs fixés pour 2014	2
Quelques exemples de promotions communes 2014	3
Site Internet PR-PG	3
Site de vente en ligne e-terroir	4
Promotion dans les gares romandes	4
OLMA St-Gall	6
Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle	7
Activités 2014 : exemples choisis par les membres de PR-PG	8
Produits du Terroir du Pays de Fribourg	8
La Bénichon du Pays de Fribourg	8
Projet soutien aux points de vente	8
Genève Région – Terre Avenir	9
Fête de la tomate	9
Les Automnales	9
Spécialité du Canton du Jura et	10
Produits du terroir du Jura bernois	10
10 ans de la Fondation Rurale Interjurassienne	10
Développement des filières	10
Neuchâtel - Produit du terroir	11
Produits du terroir au Château de Boudry	11
Bicentenaire Neuchâtel	11
Valais	12
Marché des Saveurs et Artisans à Martigny	12
Promotion restaurants agréés	12
Vaud Terroirs	13
Le Comptoir Suisse	13
Campagne Globus	13
Coordination	14
Conclusions et perspectives	15

Introduction

Pays romand – Pays gourmand (PR-PG) est la fédération qui réunit les marques des produits du terroir de la Suisse romande. Depuis 2005, les marques collaborent pour une promotion harmonieuse des produits des terroirs romands. Le présent rapport retrace quelques-unes parmi les multiples mesures de promotion réalisées durant l'année 2014, il n'est donc pas exhaustif. Il représente un complément aux rapports de contrôle officiels requis par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG).

Buts du projet

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 2014

Les objectifs pour l'année 2014 étaient les suivants :

Coordination :

- Coordination de la promotion des marques par le bureau
- Comptabilité
- Davantage d'implication du bureau dans la coordination de mesures communes
- Représentation de PR-PG au sein de la plateforme nationale IG-Regionalprodukte

Communication globale :

- Internet et médias électroniques : amélioration de la synchronisation entre le site de PR-PG et les sites des marques, amélioration de la visibilité du site de PR-PG, des sites des marques et du site de vente en ligne, amélioration de la représentation de toutes les marques sur le site de vente en ligne.
- Soutien 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 – la Halle, qui propose des produits du terroir de toute la Suisse 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 du terroir dans les restaurants.

Foires et manifestations suprarégionales :

- Renforcement de la collaboration entre les marques lors de la présence dans les foires et manifestations suprarégionales.
- Présence commune en Suisse alémanique.

Projets régionaux :

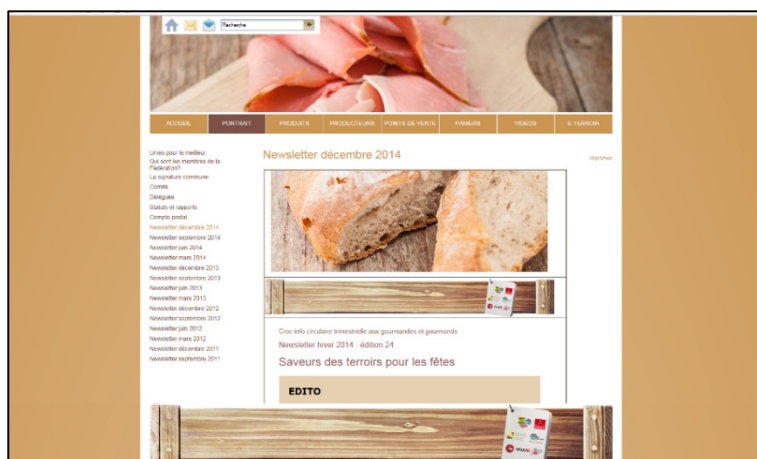
- Participation des marques à des foires de type régional et réalisation d'autres projets régionaux.

Quelques exemples de promotions communes 2014

Site Internet PR-PG

Le site internet www.paysgourmand.ch est géré par le bureau de coordination, qui veille à l'actualisation des informations contenues sur le site et coordonne la mise à jour de la base de données des produits, producteurs et points de vente des marques membres de PR-PG. La base de données a été élargie cette année pour pouvoir accueillir le nombre croissant de produits labellisés par les marques.

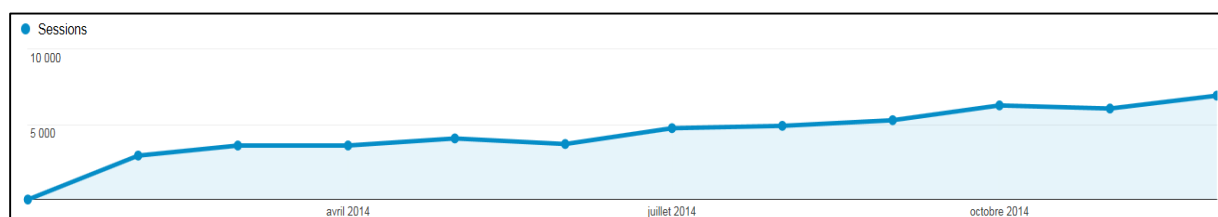
Une newsletter présentant des informations sur tous les cantons est envoyée quatre fois par année à une liste d'abonnés. À la fin de l'année 2014, la liste comptait plus de 2'300 abonnés. Les adresses sont récoltées via des concours, durant les foires ou autres évènements.



Newsletter décembre 2014 sur le site www.paysgourmand.ch

En 2014, le site a été visité par env. 43'000 visiteurs uniques, soit 3'000 de plus par rapport à 2013. 17.6 % de ces visiteurs se sont reconnectés après leur première visite. Le nombre de visiteurs effectifs est sûrement plus élevé : un dysfonctionnement dans les statistiques n'a pas permis le calcul entre le 1^{er} janvier et le 2 février 2014.

Dans le graphique ci-dessous, on remarque que les visites se sont intensifiées de manière progressive durant l'année, et notamment durant les derniers mois, probablement grâce à la promotion accrue qui a lieu chaque année en automne.



Visiteurs du site www.paysgourmand.ch, extrait de Google Analytics

La grande majorité des personnes se rend sur le site de PR-PG via un ordinateur. 18'000 personnes se sont toutefois connectées via un Smartphone ou une tablette, ce qui représente le double par rapport à l'année précédente.

Site de vente en ligne e-terroir

Le site de vente en ligne www.e-terroir.ch a pris de l'importance au cours de l'année 2014 et les résultats montrent une évolution positive des commandes. La stratégie de vente n'a pas changé et même si les prix restent relativement élevés, ils garantissent une qualité supérieure des produits. En 2014, la provenance des commandes du site était répartie de la manière suivante : 29% du canton de Fribourg, 17% du canton de Vaud, 13% des cantons de Berne, Genève et Zürich. L'ordre d'importance des ventes des catégories de produits est de 32% pour les paniers du terroir, 30% pour les douceurs et 19% pour les boissons alcoolisées. Enfin, concernant la périodicité des commandes, une augmentation de celles-ci a été constatée à partir du mois de septembre avec un pic durant le mois de novembre. A contrario, les mois de janvier, février et avril sont relativement calmes.

Concernant les instruments de communication, une part importante du budget a été investie dans le digital marketing, c'est-à-dire les actions en ligne comme le référencement sur Google (achat de mots clés) et sur les réseaux sociaux (Facebook), le référencement du site chez les partenaires et la publicité payante. Des courriers ont été envoyés aux grandes entreprises romandes pour promouvoir des paniers-cadeaux en période de fêtes. Par ailleurs, le site a été visible lors de différentes manifestations (promotion dans les gares romandes, Bénichon du Pays de Fribourg, Slow Food Market, Salon Suisse des Goûts & Terroirs, OLMA de Saint-Gall, ...). La gestion du site et la communication sont assurées par l'Association Produits du Terroir du Pays de Fribourg.



Page d'accueil e-terroir

e-terroir.ch
LE TERROIR À VOTRE PORTE

QUALITÉ, SAISONNALITÉ ET TRAÇABILITÉ
RETROUVEZ VOTRE SHOP EN LIGNE 100% TERROIR

Pour les grandes commandes, n'hésitez pas à nous contacter au 026 467 30 30 ou à info@e-terroir.ch

Vous cherchez à offrir de jolis présents pour marquer la fin de l'année ?

Nous vous proposons les «Paniers fribourgeois», confectionnés de Produits de qualité, traditionnels du canton de Fribourg, en petit assortiment qui fera plaisir aux papilles de tous les amateurs de saveurs du Terroir.

BOX DU TERROIR ROMAND

BOX DE FRIBOURG
Fondue (mouté-mouté) (Pâtis croquant de Trévignin), Bûche artisanale barbaissouse (Bûche artisanale de Fribourg) / petites merguez (Bûche de cheu Salverin)

CHF 25.- livraison non comprise

BOX VALAIS
Petite Arâne AOC de Valais 50 cl (Gallus Bernese (Culotteuse Assoué), Vercor) / Perles de sauge (Boulangère Zermatt), Saucisson / Cochonnade aux herbes (d'Annavard) / Salaisons d'Arvensard, Vercor

CHF 40.- livraison non comprise

BOX VAUD
Saucisson vaudois IGP (Bouchère Armand Roch, Orval) / Moutarde à l'ail des Hauts (Côte de Jorat), (Boulangère) / Petit Boulangère blanc de noir AOP (Cave des Viticulteurs de Bonvillars, Bonvillars)

CHF 38.- livraison non comprise

PANIER DU TERROIR ROMAND

CORBELLE FRIBOURGEOISE
Pâtis d'ail / Moutarde de Bénichon / Pâtis de fruits / Pâtis de basilic à l'ail / Fondue (mouté-mouté) 400g / Chamois du Val de Joux (Dessus de Fond 75 cl) / Barbaissouse 30cl

CHF 72.- livraison non comprise

PANIER «DOUCEURS DU TERROIR»
Vins de France (Cuvée de réserve) / Miel de fleur / Caramels à la crème / Petites de Soie / Sucrerie salée aux pépites de caramel / Chocolat (Boulangère des Neux)

CHF 75.- livraison non comprise

PANIER «APÉRITIF DU TERROIR»
Cuvée de réserve (Cuvée de réserve) / Bière à l'ail / Apéritif au lard / Bière la Salamandre / Petite Arâne

CHF 60.- livraison non comprise

Retrouvez d'autres propositions de paniers du Terroir sur notre site www.e-terroir.ch

Pour vos commandes
026 467 30 30 ou info@e-terroir.ch

BULLETIN DE COMMANDE

Pour passer commande, merci de remplir le bulletin ci-dessous.

Box de Fribourg (*CHF 25.-)
Quantité: _____

Box Valais (*CHF 40.-)
Quantité: _____

Box de Vaud (*CHF 38.-)
Quantité: _____

Corbeille fribourgeoise (*CHF 72.-)
Quantité: _____

Panier « Douceurs du Terroir » (*CHF 75.-)
Quantité: _____

Panier « Apéritif du Terroir » (*CHF 60.-)
Quantité: _____

Date de livraison: _____

*Le prix n'inclut pas la livraison

Coordonnées de facturation et de livraison

Prénom: _____

Nom: _____

Adresse: _____

NPA/Lieu: _____

Téléphone: _____

Email: _____

Merci de me contacter au n°: _____

Promotion paniers-cadeaux

Promotion dans les gares romandes

PR-PG a réalisé une promotion simultanée dans 7 gares romandes le 21 mars 2014. Le but de la promotion était de sensibiliser les utilisateurs des gares aux produits régionaux. On y distribuait gratuitement des produits du canton en question, accompagnés d'un flyer promouvant à la fois la marque et la fédération. Les flyers avaient tous le même format, mais se déclinaient selon la marque.



Flyer fribourgeois – recto et verso

25'000 produits et flyers ont été distribués en une matinée dans les gares de Delémont (pommes séchées), Bienne (caramels à la crème), Neuchâtel (taillaules), Fribourg (cuchaules), Lausanne (taillés aux greubons), Sion (jus de pommes et jus de poires) et Genève Aéroport (pain à base de farine GRTA). Certains voyageurs se déplaçant d'un chef-lieu à l'autre, par exemple de Sion à Lausanne, ont eu la chance de recevoir 2 produits et 2 flyers, et ainsi mieux saisir la dimension romande de cette opération.

Des drapeaux PR-PG déclinés pour chaque marque ont été réalisés pour signaler l'opération de promotion dans les gares.

Cette mesure de promotion a bénéficié d'un bon écho dans les médias locaux. Divers journaux cantonaux en ont publié l'information et la RTS a réalisé un mini-reportage sur la promotion fribourgeoise, transmise dans l'émission Couleurs locales du soir même.



Petit pains à base de farine GRTA distribués à la gare de Genève Aéroport



Distribution de jus de fruits à la gare de Sion, drapeaux PR-PG en arrière fond

OLMA St-Gall

PR-PG a organisé une présence commune au sein de la plus grande foire agro-alimentaire suisse, l'OLMA, qui a eu lieu à Saint Gall du 9 au 19 octobre 2014.

Cinq producteurs représentaient les marques Pays d'Enhaut, Fribourg, Genève, Valais et Jura bernois. Chaque producteur bénéficiait d'un espace d'exposition-vente sous forme de guichet. L'arrière fond du stand était décoré avec les photos géantes des produits des différentes marques romandes ainsi que les drapeaux des cantons romands et du canton de Berne.



Stand de PR-PG à l'OLMA

Le totem de PR-PG était bien sûr présent et les visiteurs étaient invités à découvrir le site www.e-terroir.ch sur un iPad. Un concours a été organisé sur internet, pour que les visiteurs apprennent à connaître les produits romands et le site de vente en ligne. Environ 500 personnes ont participé au concours.

Des flyers annonçant le concours au recto et indiquaient les coordonnées des producteurs présents à l'OLMA et les points de vente proposant leurs produits dans la région de St-Gall au verso.

Le succès de la présence dans cette foire était mitigé. Malgré la très grande fréquentation – 375'000 visiteurs en 11 jours – le pourcentage de personnes vraiment intéressées par les produits n'était pas très élevé. La halle 9.01, où était situé le stand de PR-PG, est en effet une halle de promotion de produits alimentaires. La plupart des stands étant très généreux, les visiteurs s'attendent à recevoir des produits à déguster et sont ainsi moins prêts à acheter ou à s'y intéresser de plus près. La forte chaleur, inhabituelle pour la région et pour la saison, a, de plus, attiré les visiteurs vers les activités extérieures plutôt que dans les halles.

Cependant, la majorité des producteurs a été suffisamment satisfaite de cette présence pour pouvoir envisager d'y participer en 2015.

Pour l'édition 2015, il sera important de varier les produits proposés, d'améliorer les synergies entre eux et de choisir des produits qui pourront avoir plus du succès auprès de ce public alémanique.



Flyer annonçant le concours, recto

Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle

Du 29 octobre au 2 novembre 2014, les membres de Pays romand – Pays gourmand étaient présents en force durant le traditionnel Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle, manifestation phare pour les marques romandes des produits du terroir.

Les stands des cantons romands présentaient les délices des terroirs de leurs régions à travers la présence des producteurs et parfois aussi d'un restaurant. Les espaces cantonaux accueillait également les totems PR-PG, munis d'un iPad sur lequel les visiteurs pouvaient participer à un concours promouvant le site de vente en ligne www.e-terroir.ch. Les questions du quiz portaient sur les produits de tous les cantons romands. Environ 450 personnes y ont participé et cinq d'entre eux ont gagné un panier gourmand.

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 plus de 42'000 visiteurs.



Totem PR-PG au stand genevois. Photo : Journal Agri

Activités 2014 : 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

La Bénichon du Pays de Fribourg



La Bénichon du Pays de Fribourg

La Bénichon du Pays de Fribourg est une grande fête traditionnelle, qui s'est déroulée en 2014 à Bulle, du 19 au 21 septembre. A l'occasion de cet événement gourmand, de nombreux visiteurs non seulement du canton de Fribourg, mais également de toute la Suisse romande, ainsi que certains venus de la Suisse allemande, se sont rendus en Gruyère. Au programme, groupes de danse et de musique traditionnelle, ferme et petits animaux, messe en patois le dimanche matin ou encore balançoire de Bénichon. Un marché du Terroir romand, organisé avec les artisans de la région, offrait une grande diversité de produits et spécialités du terroir, sous une image commune et aux couleurs de PR-PG. La Bénichon s'articule principalement autour du fameux menu de Bénichon, composé de sept plats, qui se mangent sur plusieurs heures et au rythme des animations musicales. Le bilan de cette deuxième édition est positif. En effet, La Bénichon est l'occasion idéale de collaborer avec différents partenaires des métiers de bouche et du canton, que ce soit avec le tourisme, les restaurants ou différents producteurs et artisans romands.

Projet soutien aux points de vente

Une présence de six artisans fribourgeois a été organisée du 23 au 27 septembre au Centre commercial de Signy, dans le canton de Vaud. Les visiteurs du centre ont été nombreux à découvrir et déguster une sélection des meilleures spécialités fribourgeoises. Parmi les artisans présents, un fromager proposait des dégustations de fondue moitié-moitié, un boulanger invitait petits et grands à participer à des ateliers cuisine pour apprendre à préparer la fameuse cuchaule, une pâtissière a fait découvrir les secrets de fabrication des caramels et bricelets fribourgeois. Il y avait encore une spécialiste de la confection de chocolats artisanaux, un boucher et un brasseur. L'accueil réservé aux artisans fut très chaleureux et la clientèle habituelle du centre attendait cette semaine avec impatience.

Ce type d'actions de soutien visant à promouvoir les produits du terroir dans les points de vente ont lieu également dans d'autres cantons romands.



Produits de boucherie
fribourgeois

Fête de la tomate

La Fête de la tomate à Carouge représente chaque année une vitrine importante des produits GRTA et des produits romands. Du 11 au 12 juillet, plus de 10'000 visiteurs ont pu découvrir la richesse et le sérieux de la culture maraîchère pratiquée à « deux pas » de chez eux. Cette manifestation a permis de présenter les produits et le savoir-faire genevois, mais aussi le terroir romand (présence de plusieurs cantons : Jura, Vaud...). Il a été constaté un vrai engouement pour le marché du terroir romand en raison de sa forte fréquentation le vendredi soir et le samedi toute la journée. Cette ouverture du marché du terroir aux autres cantons date de 2010 et le succès se confirme cette année encore plus que jamais.



Affiche Fête de la Tomate

Les Automnales

Avec 145'000 visiteurs, c'est un nouveau record qui a été battu aux Automnales de Genève qui se déroulaient à Palexpo du 7 au 16 novembre. Les produits GRTA et ses invités - assiette de viande séchée du Valais, meringues et double crème de Fribourg, herbes aromatiques et tisanes valaisannes, biscuits salés vaudois – ont été proposés au restaurant et à l'épicerie du terroir durant toute la manifestation.

Le stand a accueilli également l'Ecole à la ferme et les visites des aînés, ce qui a permis à ces deux publics très différents de rencontrer les producteurs et de mieux connaître l'agriculture.

Du côté du restaurant, plus de 6'204 repas ont été servis, durant ces 10 jours de manifestation, chiffre en légère augmentation par rapport à 2013.

A noter que la plupart des supports, dont les menus, arborait les couleurs de PR-PG.



Epicierie romande

Spécialité du Canton du Jura et

Produits du terroir du Jura bernois



10 ans de la Fondation Rurale Interjurassienne

En 2014, la Fondation Rurale Interjurassienne (FRI), qui gère la promotion des marques du Jura et du Jura bernois, a fêté ses 10 ans. Son anniversaire a été célébré par une présence Hôte d'honneur à la Foire du Jura en plus du stand des produits du terroir dans l'espace agricole. À l'occasion de la Foire du Jura, Delémont a accueilli 48'500 visiteurs pour 270 exposants. Le Stand d'honneur FRI et le Magasin Terroir au sein de l'espace agricole ont été particulièrement appréciés.

Les 10 ans FRI & Marché des terroirs ont attiré environ 1'000 visiteurs à Courtemelon le 27 septembre et environ 2'000 visiteurs le 18 octobre à Loveresse.

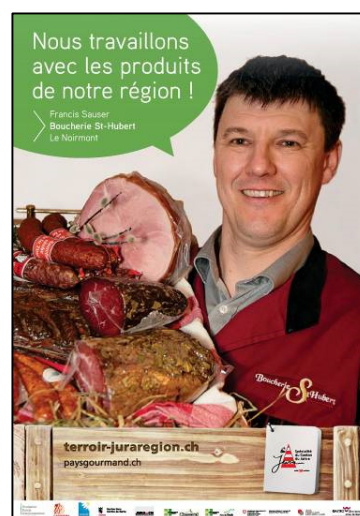


10 ans de la FRI à Courtemelon à Courtemelon et à Loveresse

Développement des filières

Les producteurs sont regroupés en filières, afin de pouvoir travailler à un niveau collectif, agréger les quantités et coordonner les acteurs intéressés par les marques « Spécialités du Canton du Jura » et « Jura bernois produits du terroir ».

Les filières suivantes ont été créées à ce jour: PAC Viande, Les Saveurs de nos pâturages (5 éleveurs, 1 boucher), Toétché de la paysanne (8 paysannes), Toétché du boulanger (9 boulangers), Viandes fraîches du Jura/Jura bernois (6 boucheries), Viande de cheval Original suisse (6 boucheries), Jus de pomme Jura & Jura bernois (8 personnes), Cabri d'ici (6 éleveurs), Brun Noir du Jura (6 éleveurs), Délices de Blondes (en cours), Pain du Jura (en cours), Fromages de St-Ursanne (en cours), Graines du Jura - Petit épeautre (en cours), Certisem Jura : graines pour semer, fourrager, manger (en cours).



Cette mesure de développement des filières jurassiennes et du Jura bernois a été également conduite pour les produits fribourgeois.

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 8 et 9 novembre. 23 exposants étaient présents: 10 artisans de produits du terroir et 13 encaveurs. Un traiteur proposait une restauration chaude avec une carte de mets du terroir.

La promotion a été effectuée au moyen d'un flyer envoyé à plus de 2'000 personnes, de bâches placées à des points stratégiques dans le canton et de spots 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.



Flyer



Producteurs au Château

Bicentenaire Neuchâtel

Dans le cadre des festivités du bicentenaire marquant l'entrée du Canton de Neuchâtel dans la Confédération, l'Office des Vins et des Produits du Terroir (OVPT) a organisé, conjointement avec les cantons du Valais et de Genève, un buffet du terroir aux quelques 600 invités présents sur la Place fédérale.

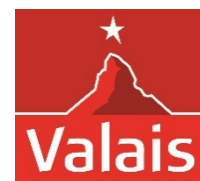
2014
BICENTENAIRE
NEUCHÂTEL

L'OVPT a également participé à de nombreuses activités organisées dans le projet bicentenaire « Par Monts et par Vaux » sur les sites de Cernier et de Môtiers dont un marché du Terroir. Les visiteurs ont pu ainsi découvrir les produits arborant le label de qualité « Neuchâtel - produit du terroir » durant le week-end de la manifestation. On y a découvert également un Village BIO, un Bourg des Artisans et un Jardin des Energies Renouvelables.



Sur la Place fédérale

Valais



Marché des Saveurs et Artisans à Martigny

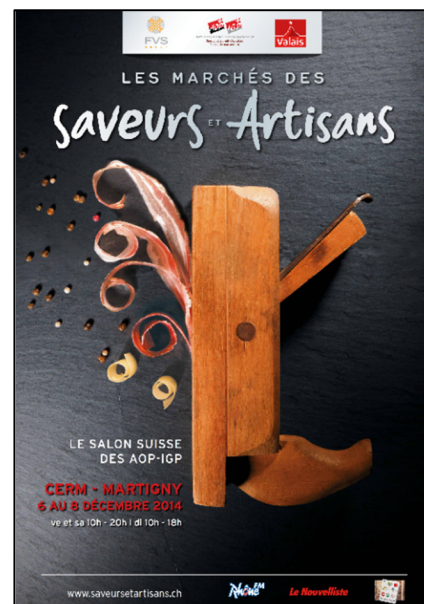
La 2^{ème} édition des Marchés des Saveurs et Artisans a connu un grand succès.

10'200 visiteurs se sont rendus du 6 au 8 décembre au CERM de Martigny, pour y découvrir le travail de quelque 100 exposants et artisans.

La qualité et la diversité des nombreux produits AOP/IGP et « marque Valais » présentés au Marché des Saveurs ont ravi le nombreux public venu visiter cette jeune manifestation. Les exposants ont ainsi offert une vitrine de choix sur la richesse et la diversité proposées par le terroir romand.

Les animations proposées, dont l'atelier de découverte sensorielle pour enfants réalisé par Senso5, ont constitué de véritables points forts de cette édition.

Les exposants se disent enchantés de leur participation, des affaires réalisées et de la formule proposée. Quant aux organisateurs, suite au succès de cette 2^{ème} édition, ils possèdent toutes les cartes en main pour poursuivre le développement de ce rendez-vous. Une réflexion est d'ailleurs en cours pour améliorer le concept et affiner son positionnement.



Affiche de la manifestation

Promotion restaurants agréés

Fondée en 2007 à l'initiative de la Chambre Valaisanne d'Agriculture, Gastrovalais et la Société Hôtelière du Valais, l'Association « Saveurs du Valais » a pour objectif de faire connaître et apprécier les produits du terroir valaisan en valorisant les métiers de l'agriculteur, du producteur, du viticulteur-encaveur et du restaurateur. Les 50 restaurateurs membres s'engagent à servir au moins 3 mets chauds et 2 desserts à base de produits valaisans, 8 spécialités de vins (dont 2 au détail) et l'assiette valaisanne à toute heure, en accordant en saison de production valaisanne la priorité aux produits régionaux Marque Valais, AOP et IGP.



Le label « Saveurs du Valais » est contrôlé régulièrement et confirmé par le millésime apposé sur le panneau sur la devanture de l'établissement. Depuis janvier 2014, les « Saveurs du Valais » ont engagé un processus de certification « Valais Excellence » et, en avril 2014, l'Association s'est vue décerner le prix « Agrivalais » pour le soutien apporté à l'agriculture valaisanne.

La promotion des produits du terroir dans les restaurants est une mesure de communication conduite également dans les cantons de Fribourg, du Jura et du Jura bernois, ainsi que Neuchâtel (sauf en 2014).

Coordination

En 2014, le bureau de coordination était composé par Elisa Domeniconi, responsable de projet, Madelyne Rey, collaboratrice, et bénéficiait du soutien du directeur d'AGORA, Walter Willener, pour un total de 120% EPT.

Le bureau de coordination a été chargé d'organiser et animer les séances du comité et l'assemblée des délégués. Le comité de la fédération, composé des six responsables des marques cantonales, s'est réuni cinq fois en 2014, afin de coordonner les activités des membres, échanger et définir des actions communes. Au sujet des membres du comité, quelques modifications sont à signaler : M. Nicolas Crettenand prend la place de M. Alain De Preux (retraité) pour représenter la marque Valais ; la marque neuchâteloise est représentée par la nouvelle cheffe de l'OVPT, Mme Violaine Blétry-de Montmollin, en charge depuis août 2014 ; Mme Alette Freléchoz remplace M. Lionel Gilliotte pour représenter la marque Jura ; le Jura bernois est représenté par M. Bernard Leuenberger.

L'assemblée des délégués 2014 s'est tenue le 8 avril à Saillon, où les membres et délégués ont été accueillis par la marque Valais. C'est dans le cadre de cette assemblée que la nouvelle présidente de PR-PG, Mme la Conseillère nationale Christine Bulliard-Marbach, a été élue par les membres. Elle succède à Luc Barthassat, élu Conseiller d'Etat en 2013, qui a quitté ses fonctions au sein de PR-PG après 5 ans de loyaux services.

Mme Bulliard-Marbach a relevé le défi de la présidence de notre fédération avec enthousiasme. Les membres de la fédération la remercient pour son engagement au sein de l'association et pour les multiples représentations de PR-PG auprès des partenaires.

Le bureau de coordination tient également la comptabilité de la fédération en y intégrant les décomptes des membres et des organisations externes « Marché Paysan » et « Magiciens de la Terre ».

En 2014, plusieurs mesures promotionnelles ont été coordonnées par le bureau de coordination, notamment la promotion dans les gares romandes et la présence des produits romands à l'OLMA de Saint-Gall, décrites plus haut.

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 sont poursuivies en 2014. L'objectif de l'entrée en vigueur de celles-ci au 1^{er} janvier 2015 a pu être maintenu pour la plupart des marques régionales de la Suisse. Du côté romand, l'adhésion à ces lignes directrices se fera durant les premiers mois de l'année 2015.

Afin de traiter les questions concernant les lignes directrices au niveau romand, une Commission technique de Pays romand – Pays gourmand, présidée par M Loïc Bardet, a été créée en octobre. Celle-ci remplace l'ancienne Commission intercantonale Terroir (CiT).

Conclusions et perspectives

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

Coordination :

Les tâches du bureau de coordination ont été menées comme prévu en ce qui concerne la coordination des membres et les relations avec l'OFAG. Le bureau de coordination a été davantage impliqué dans l'organisation de mesures de promotion communes et dans les discussions au sein de la plateforme nationale IG-Regionalprodukte.

Communication globale :

La synchronisation entre le site internet www.paysgourmand.ch et ceux des membres a été améliorée. La base de données qui recense les produits a pu être élargie pour accueillir les nombreux produits qui sont venus s'y ajouter. Restent des améliorations à apporter à la synchronisation avec le site genevois.

Le site de vente en ligne www.e-terroir.ch a connu une forte évolution durant l'année, grâce à une promotion accrue via le web et auprès des entreprises susceptibles de commander des paniers cadeaux. En 2015, des modifications au niveau de l'offre de produits et de paniers sont prévues afin de proposer des nouveautés sur le site. Concernant la communication et la promotion du site, les investissements seront principalement axés sur le web et le marketing direct auprès des entreprises.

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 2014 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. Le logo de PR-PG s'adapte en 2015 aux nouvelles exigences et intègre le visuel *Suisse. Naturellement*.

Foires et manifestations suprarégionales :

En 2014, chaque marque a été responsable d'une manifestation « phare » (ou deux) et s'est portée ambassadrice de ses collègues romands en présentant les autres marques à travers le totem de PR-PG et la mise en vente de quelques produits phares des autres cantons.

Une présence commune a pu être organisée à l'OLMA, foire agricole par excellence. Les produits des terroirs romands y ont été présentés tous ensemble, pour le grand plaisir des visiteurs. La mesure sera reconduite en 2015.

Pour la première fois en 2014, une promotion commune dans les gares romandes a été réalisée. Cette action permet à la fois de promouvoir la dimension suprarégionale de la fédération et de mettre en valeur la diversité des régions qui la composent. Cette mesure est prévue également pour 2015.

Projets régionaux

Les membres de la fédération ont également été très présents en 2014 dans les foires régionales, maintenant ainsi le contact avec les consommateurs locaux.

Mots de la fin

Pays romand – Pays gourmand remercie tous les acteurs qui ont contribué à la réussite des projets en 2014 et se réjouit de travailler ensemble pour la promotion des produits du terroir de Suisse romande durant l'année 2015.

