

Pays romand- Pays gourmand Rapport d'activités 2016

paysgourmand.ch | regio
garantie

Suisse. Naturellement.



Table des matières

Mot de la Présidente	3
Promotions communes.....	4
Site internet paysgourmand.ch.....	4
Site de vente en ligne e-terroir.ch.....	4
Magazine de La Semaine du Goût.....	5
Produits du terroir dans les gares romandes.....	5
OLMA Saint -Gall	6
Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle	6
Promotions gérées par les membres	7
Terroir Fribourg	8
Promotion Signy Centre.....	8
Communication via les réseaux sociaux	8
Genève Région – Terre Avenir	9
Les Automnales	9
Fête de la tomate à Carouge	9
Spécialité du Canton du Jura	10
Foire du Jura.....	10
Campagne « Nous travaillons avec les produits de notre région »	10
Jura bernois Produits du terroir	11
Fête de la Tête de Moine	11
Minute des terroirs	11
Neuchâtel Vins et Terroir.....	12
Neuchâtel hôte d’honneur au Salon Suisse des Goûts et Terroirs	12
Les Artisanales de Noël	12
Valais	13
Marché des Saveurs et Artisans à Martigny.....	13
Valais destination gastronomique	13
Vaud Terroirs	14
Comptoir suisse	14
Swiss Expo	14
Coordination.....	15
Stratégie 2017-2021.....	16
Association suisse des produits régionaux	17

Mot de la Présidente

Mme la Conseillère nationale fribourgeoise Christine Bulliard-Marbach

En 2016, Pays romand – Pays gourmand (PR-PG) a connu une année de réflexion. Au moment d'élaborer sa stratégie pour les cinq années à venir, le comité s'est rendu compte que plusieurs questions nécessitaient d'être discutées plus longuement et en profondeur.

Pour ce faire, une journée « au vert » a été organisée dans ma demeure à Uberstorf (FR) le 17 août. Dix-huit personnes représentant la fédération, les marques et les services d'agriculture cantonaux étaient présentes.



Christine Bulliard-Marbach,
journée au vert du 17 août 2016

Ce travail a été accompagné par un modérateur externe qui a su orchestrer les discussions de manière très satisfaisante.

En une journée, les dix-huit participants ont pu s'entendre sur les jalons de notre stratégie 2017-2021.

Après ces réflexions et sur la base de celles-ci, j'encourage notre fédération à agir ensemble afin de concrétiser les grands axes de cette stratégie dans les cinq années à venir.

Christine Bulliard-Marbach

Promotions communes

Site internet paysgourmand.ch

Avec 63'769 visiteurs uniques, le nombre de visiteurs du site internet de la fédération a augmenté de 12% par rapport à 2015. Exception faite pour un pique de visites coïncidant avec la promotion dans les gares romandes du 18 mars, la fréquence des visites quotidiennes est stable et en légère augmentation durant la deuxième partie de l'année. Vers la fin décembre, les visites augmentent encore en raison probablement des internautes qui cherchent des idées de cadeaux gourmands pour les fêtes de fin d'année.

Fait intéressant, le site semble attirer les internautes suisse-alsémiens : après Lausanne, Zürich est la deuxième ville d'où se connectent les gourmands, suivie par Genève, puis par Berne, qui précède Neuchâtel, Fribourg et Sion. Cette observation confirme le bien-fondé de la promotion en Suisse alsémiens, habitée par des amateurs de spécialités romandes.

La synchronisation du site de PR-PG avec les sites des marques a été améliorée pour la majorité d'entre eux. Un travail de synchronisation devra être mis en place en 2017 afin de mettre à jour la base de données genevoise.



Site de vente en ligne e-terroir.ch

Texte : Anne-Sophie Roulier

également un moyen de communiquer à propos des produits et a permis d'être visible sur les réseaux sociaux.

Malgré les efforts, le bilan à la fin de l'année 2016 n'est pas satisfaisant et la collaboration avec le centre de distribution *Terre Vaudoise* sera rompu au mois de mars 2017. Le site e-terroir ne sera plus en ligne dès le mois de mars 2017 et le projet d'une plateforme romande de vente en ligne va être réévalué afin de décider la suite à donner à ce moyen de vente.



Concernant les activités de communication du site de vente en ligne e-terroir.ch, en 2016, l'effort a été concentré sur le référencement du site sur d'autres plateformes qui proposent des idées de cadeaux. Le but était d'améliorer la visibilité du site grâce au trafic généré sur les autres plateformes en ligne. La page Facebook e-terroir a été

Magazine de La Semaine du Goût

Le magazine de La Semaine du Goût présente un vaste choix d'articles en lien avec les produits de qualité, l'alimentation et les événements culinaires de Suisse. La revue annonce également les événements dans le cadre de La Semaine du Goût, dans un programme à part.

Quatre pages étaient dédiées dans l'édition 2016 à la fédération PR-PG et à six producteurs du terroir romands. Le but était de mettre en avant les marques régionales à travers leurs producteurs et bien sûr leurs produits.

Le magazine est édité en trois langues avec un tirage de 120'000 exemplaires dont 50'000 en français, 60'000 en allemand et 10'000 en italien.



Produits du terroir dans les gares romandes



Le 18 mars, durant une demi-journée, les membres de PR-PG ont distribué en même temps dans sept gares romandes des produits de leurs régions, accompagnés d'un flyer promouvant la marque en question et la fédération. Les points de distribution étaient signalés avec des beach-flags aux couleurs de PR-PG. Les voyageurs ont eu la surprise et le plaisir de recevoir des cuchales à Fribourg, des petits pains JuraRégion à

Delémont et à Bienne, des petites taillaules à Neuchâtel, du jus de pommes et poires valaisan à Sion, du jus de pommes vaudois à Lausanne et des tulipes GRTA à Genève Cornavin.

En tout, près de 30'000 produits et flyers ont été distribués dans les principales gares romandes. Les personnes qui voyageaient d'un chef-lieu à l'autre ont même pu recevoir deux produits différents et ainsi mieux saisir la dimension romande de cette action de promotion.

Un concours était annoncé sur les flyers. Les participants pouvaient gagner des bons cadeaux à faire valoir dans des restaurants ou magasins agréés de chaque canton. Près de 500 personnes ont participé au concours et 14 parmi elles ont reçu un prix gourmand.

OLMA Saint -Gall

La plus grande foire agricole de Suisse s'est déroulée du 13 au 23 octobre 2016. Pour la troisième année, PR-PG a tenu un stand collectif dans la Halle 9.01, dédiée aux produits alimentaires. Quatre producteurs se sont alternés pour présenter leurs produits sur le stand et une épicerie romande proposait un vaste choix de spécialités romandes.

Le stand a été très apprécié par les nombreux visiteurs (365'000) qui, après trois ans de présence romande, viennent rechercher des délices qu'ils commencent à connaître.

Malgré ces points positifs, cette manifestation représente un investissement financier trop important pour les producteurs. De plus, peu d'entre eux ont la capacité et le désir d'ouvrir leur marché dans cette région éloignée de la Suisse.

Pour cette raison, PR-PG ne répétera plus cette expérience en 2017 mais remplacera cette mesure par une présence au Slow Food Market à Berne.



Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle



Chaque année, les membres de PR-PG sont présents en force durant cette manifestation incontournable pour les

produits du terroir. Du 28 octobre au 1^{er} novembre, les produits du terroir romand étaient à l'honneur au Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle à travers la présence des membres de PR-PG. Neuchâtel Vins et Terroirs était en particulier hôte d'honneur.

Parallèlement à cette présence, PR-PG a renouvelé son partenariat avec le Salon en sponsorisant une des deux faces du cabas qui est distribué aux exposants. De plus, la fédération a réitéré le soutien de l'espace enfants l'Amuse-Bouche. Dans ce dernier, les enfants sont invités à découvrir l'alimentation et les cinq sens de façon ludique. La signature commune de la fédération était mise en avant sur les panneaux didactiques.

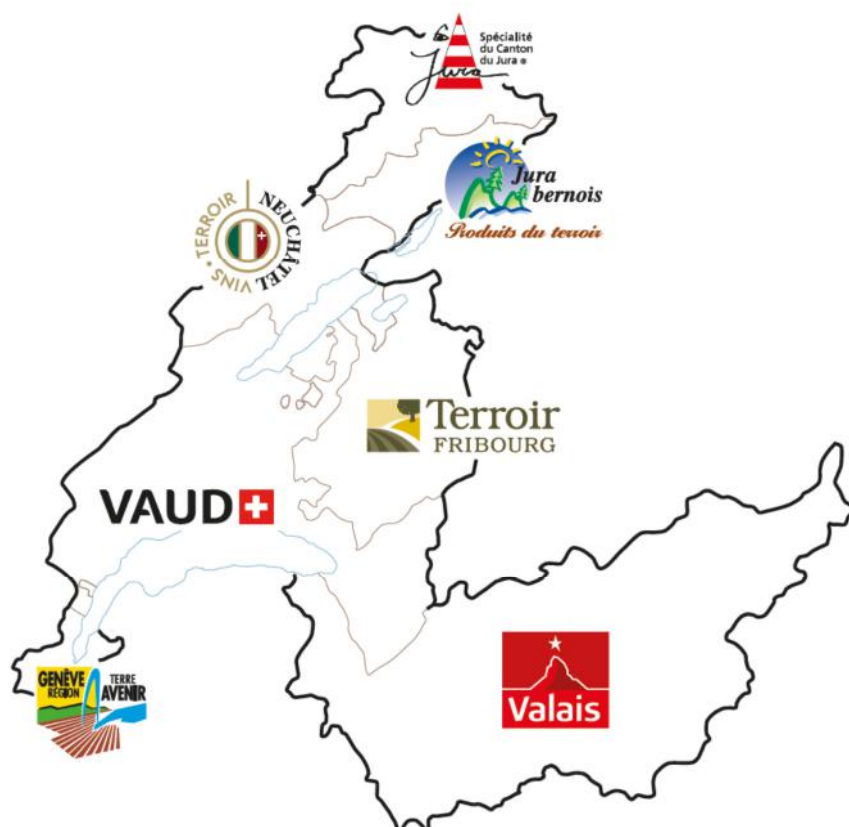
Le Salon a accueilli cette année plus de 45'000 visiteurs.

Promotions gérées par les membres

Terroir Fribourg, Genève Région-Terre Avenir, Spécialité du Canton du Jura, Jura Bernois Produits du Terroir, Neuchâtel Vins et Terroir, Valais et Vaud Terroirs 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 une ligne de communication commune.

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.

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



Terroir Fribourg

Textes : Anne-Sophie Roulier



Promotion Signy Centre

Tous les deux ans, Terroir Fribourg est attendu avec impatience au centre Signy dans le canton de Vaud pour la *Semaine fribourgeoise*. En 2016, six artisans fribourgeois étaient présents à Signy Centre pour vendre et promouvoir les spécialités du Terroir. Parmi les produits vendus: fondue moitié-moitié, crème double, Gruyère AOP et Vacherin Fribourgeois AOP, cuchauls, bricelets, bière artisanale et bien d'autres encore. Les artisans ont rencontré beaucoup de succès et la présence de Terroir Fribourg a été très appréciée par les clients qui ont profité de faire leurs réserves de produits fribourgeois.



Hormis la vente, des animations étaient proposées aux clients du centre afin qu'ils découvrent différentes facettes du Terroir. Un coin de fabrication du Gruyère a été installé et la coopérative des producteurs de fromages d'alpage a proposé de venir assister à la fabrication en direct du fromage. Comme autre découverte, les clients ont pu admirer le roulage des bricelets fribourgeois ou encore la préparation de la fondue moitié-moitié. Une grande partie des produits était également proposée à la dégustation.

Communication via les réseaux sociaux

La communauté Terroir Fribourg sur les réseaux sociaux ne cesse de s'accroître et les retours des visiteurs sont très positifs. Les publications sur la page Facebook présentent de manière ludique et interactive (par des concours, quizz, devinettes) les artisans et leurs produits. Les sujets publiés sont choisis en fonction des saisons et de l'actualité du moment.



Par exemple, au mois de juin dernier, une campagne durant l'euro a été organisée avec les brasseurs fribourgeois pour encourager les supporters de foot à consommer des bières artisanales.

La promotion sur la toile prend une place de plus en plus importante et permet de cibler une clientèle différente, qui s'instruit principalement sur le web. Les visiteurs qui suivent la page Facebook de Terroir Fribourg aiment connaître les histoires et anecdotes des membres, que ce soit par des vidéos, des photos ou des interviews. En 2016, deux journées photos ont été organisées pour les membres afin de les encourager à travailler leur image.

Afin de toucher une cible plus jeune, Terroir Fribourg a créé une page sur le réseau social Instagram. Sur cette plateforme, les publications sont plus focalisées sur les manifestations et événements tout au long de l'année.

Enfin, Terroir Fribourg alimente régulièrement le site terroir-fribourg.ch. La page d'accueil permet de découvrir chaque mois un artisan, un produit phare fribourgeois, une recette de saison ainsi que les actualités du Terroir. A l'avenir, d'autres médias seront développés comme par exemple la création d'un blog ou la présence de Terroir Fribourg sur LinkedIn.

Genève Région – Terre Avenir

Textes : Denis Beausoleil



Les Automnales



Genève Région – Terre Avenir a géré l'espace Genève Terroir aux Automnales à Palexpo durant les Automnales, du 10 au 20 novembre. L'espace était animé par des producteurs, un restaurant avec un service assuré par une cinquantaine de dames paysannes et une carte des mets proposant des produits genevois et romands, une épicerie qui vendait des produits genevois et romands, ainsi que « les vaches allaitantes », avec la présentation de différentes races tant au restaurant que dans les stabulations installées à cet effet.

Une animation était également prévue au rayon boulangerie avec la production par les panetiers retraités de l'Association des Artisans boulangers confiseurs de milliers de pièces de pâtisserie, pains et autres confections improvisées. La manifestation a accueilli 145'000 visiteurs.

Fête de la tomate à Carouge

Du 8 au 10 juillet, la Fête de la tomate et du terroir a eu lieu à la place de la Sardaigne (Genève Carouge). Pour la 18^{ème} édition, cette manifestation a mis en avant l'agriculture genevoise via ses légumes, produits carnés, miel, bière, animaux, vigneron, cardon épineux genevois, lentilles, pommes et jus de pommes,... sur les stands genevois et romands.

Parmi les animations on signale une exposition de légumes et plantes afin d'expliquer la culture hors sol et la réalisation d'une grande fresque de légumes. Le vendredi soir, le samedi et le dimanche de 10h00 à minuit, les visiteurs ont pu voir, toucher et déguster les produits du terroir. Plus de 15'000 visiteurs ont contribué au succès de cette édition.



Spécialité du Canton du Jura

Textes : Magali Ackermann



Foire du Jura

La Foire du Jura est une foire commerciale qui se déroule chaque année au mois d'octobre à Delémont. Ce rendez-vous incontournable pour les habitants de la région réunit quelques 270 exposants et attire environ 60'000 visiteurs.

En collaboration avec la chambre jurassienne d'agriculture, un espace agricole a été mis en place depuis deux ans. Les produits du terroir sont bien présents dans cet espace à travers les trois axes de mise en valeur suivants :

Magasin de produits du terroir

Situé sur le passage de la manifestation, les visiteurs ont la possibilité de s'arrêter, de déguster et d'acheter un assortiment de produits du terroir labellisés. Cette rencontre permet également aux habitants de la région de prendre connaissance de la documentation liée aux produits du terroir, notamment au sujet des points de vente régionaux où il est possible de retrouver les produits labellisés tout au long de l'année.

Pinte campagnarde

Un espace de restauration est également aménagé dans cet espace agricole. Les produits du terroir sont évidemment à la carte.

Espace d'animations (nouveau 2016 !)

En 2016, un espace d'animation a été mis en place. Les visiteurs ont eu la chance de découvrir diverses animations comme la fabrication artisanale du toéché, la démonstration de cuisine d'agneau jurassien avec le chef Didier Bolle ou la dégustation de viande de Salers.



Campagne « Nous travaillons avec les produits de notre région »

Depuis déjà plusieurs années, la Fondation Rurale Interjurassienne a développé le slogan « Nous travaillons avec les produits de notre région » pour tous les producteurs et partenaires qui travaillent avec les produits labellisés. Une première campagne de communication avait été réalisée en 2015. En 2016, nous l'avons professionnalisée et avons invité les filières et les collectivités à la rejoindre. Un total d'environ 94 producteurs, filières, magasins, restaurants et collectivités ont participé à cette campagne et ont contribué au rayonnement des produits du terroir labellisés dans la région.



Cette campagne de communication a été un succès pour la mise en valeur des marques « Spécialité du Canton du Jura » et « Jura bernois produits du terroir », particulièrement sur les réseaux sociaux. 4 familles du Jura et du Jura bernois se sont vues remettre chacune une partie des bons mis à disposition par les participants de la campagne. Durant l'année 2016, les familles locavores sont parties à la découverte des adresses et ont partagé leurs EXPERIENCE TERROIR sur la page Facebook Terroir Juraregion, souvent sous forme de vidéo.

Jura bernois Produits du terroir

Textes : Magali Ackermann



Fête de la Tête de Moine

En 2016, la première Fête de la Tête de Moine a été mise sur pied. Cet événement, piloté par l'Interprofession Tête de Moine a permis de faire rayonner les produits du terroir labellisés dans la région et au-delà.

Malgré une météo capricieuse, plus de 7'000 visiteurs se sont rendus à Bellelay début mai pour découvrir ce fromage emblématique de notre région au bénéfice du label « Jura bernois produits du terroir ». Les produits du terroir ont pu être mis en valeur à cette occasion à travers les mesures suivantes :

Marché des fromages et des produits régionaux

Environ 30 producteurs du Jura bernois, du Jura et de Neuchâtel ont pu mettre en valeur et vendre leurs produits durant les deux jours de la manifestation.

Restauration sur le site avec des produits du terroir

En partenariat avec la Fondation Rurale Interjurassienne, les organisateurs de la manifestation ont privilégié la distribution de produits du terroir labellisés.

Concours de dégustation de Tête de Moine

La Tête de Moine a particulièrement été mise en valeur durant la manifestation, dans l'assiette évidemment mais également à travers un concours de dégustation. 400 personnes ont pu déguster ce fromage et l'évaluer à travers différents critères de dégustation à l'œil, au nez et en bouche.



Stand de promotion Pays romand Pays gourmand

Parmi les différents stands du village de producteurs, les produits du terroir romands ont été mis en valeur sur le stand dédié à Pays romand – Pays gourmand. Une dégustation de sirops était proposée aux visiteurs qui ont pu découvrir un sirop labellisé de chaque marque romande. Cette action a permis aux visiteurs de mieux comprendre l'importance des marques régionales et de découvrir les marques des autres régions romandes.

Minute des terroirs

Un partenariat avec les radios locales « RFJ » et « RJB » a pu être mis en place afin de réaliser une chronique sur la thématique des produits du terroir : La Minute des terroirs, diffusée trois fois par semaine. L'animateur radio part à la rencontre de producteurs dans le Jura et le Jura bernois en compagnie d'un collaborateur de la Fondation Rurale Interjurassienne. Ensemble, ils présentent de manière attrayante et vivante les produits du terroir de saison qu'ils découvrent directement sur le terrain chez les producteurs.

Les objectifs de cette campagne publicitaire sont les suivants : présenter les spécialités des terroirs de l'arc jurassien, commenter les produits et prestations saisonnières des agriculteurs ainsi qu'expliquer aux consommateurs la provenance et le mode de production des aliments.

Neuchâtel Vins et Terroir

Textes : Yann Künzi



Neuchâtel hôte d'honneur au Salon Suisse des Goûts et Terroirs

Neuchâtel était l'hôte d'honneur du Salon Suisse des Goûts et Terroir à Bulle. Pour l'occasion un stand flambant neuf a été créé. Dix vigneron neuchâtelois ainsi que des producteurs phares de notre région ont animé ce magnifique espace.

Boulangerie, boucherie, fromagerie, chocolat et absinthe étaient fièrement représentés sur le stand. D'autre part, le restaurant aux couleurs du Festin neuchâtelois a servi de nombreuses spécialités de notre terroir avec un franc succès. Tourisme neuchâtelois, l'Union des paysannes neuchâteloises et NeuchEvasion ont été les partenaires privilégiés de cette belle manifestation. Nos hôtes ont pu participer à une expérience sensorielle unique de dégustation dans le noir.



Les Artisanales de Noël

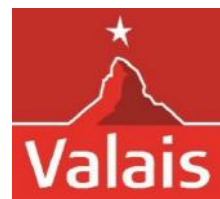


En 2016, le traditionnel week-end des Produits du Terroir au Château de Boudry a été remplacé par une présence marquée des encaveurs et des producteurs du terroir dans le plus grand marché de Noël couvert d'Europe lors des Artisanales de Noël de Neuchâtel. Ainsi, du 3 au 11 décembre 2016, les visiteurs ont pu découvrir, sur un même stand, des vins, du chocolat, de l'absinthe, des glaces, des chapelons, des confitures et bien d'autres savoureuses spécialités neuchâteloises. Un espace était dédié aux spécialités romandes et proposait en particulier des paniers cadeaux, très appréciés à cette période de l'année.

L'expérience ne sera pas renouvelée en 2017, car les dates se chevauchent avec le Salon Suisse des Goûts et Terroirs de Bulle et Neuchâtel Vins et Terroir n'a pas la capacité d'organiser ces deux manifestations en même temps. Peut-être en 2018 ?

Valais

Textes : Nicolas Crettenand



Marché des Saveurs et Artisans à Martigny



Le Marché des Saveurs et Artisans met en valeur la diversité des produits du terroir valaisan et romand.

Du 8 au 11 décembre, petits et grands se sont régalés de succulents mets du terroir, que ce soit avec des fromages de choix, des produits AOP / IGP ou une sélection de produits labellisés marque Valais.

La 3^{ème} édition du Brunch des Saveurs a attiré quant à elle plus de 200 épicuriens le jeudi. Ce brunch devient ainsi ancré dans la manifestation et est appelé à perdurer.

Avec une fréquentation de 8'100 visiteurs, le bilan de l'édition 2016 est satisfaisant. A noter que, cette année, cette manifestation s'est associée à la première édition du

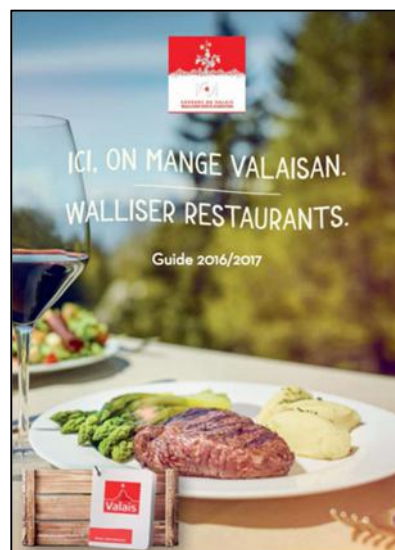
Grand Prix Joseph Favre. Placé sous la houlette de l'Académie Culinaire de France, ce concours est appelé à devenir incontournable et se veut une vitrine de choix pour la gastronomie valaisanne.

Valais destination gastronomique

Valais/Wallis Promotion travaille à faire du Valais une destination œno-gastronomique de référence. Que ce soit en matière d'œnotourisme ou de gastronomie, un travail de fond a été accompli en 2016 : études diverses, rédaction d'un business plan, ...

VWP s'appuie également sur des partenaires tels que GastroValais ou les restaurants « Saveurs du Valais » avec qui nous collaborons à l'édition de la brochure.

Nous soutenons également des événements majeurs tels que la Semaine du Goût, le Grand Prix Joseph Favre ou les Caves Ouvertes des Vins du Valais, afin de mettre en vitrine toutes les richesses du Valais.



Vaud Terroirs

Textes : Eliane Pinard



Comptoir suisse

Du 10 au 19 septembre, dans la Halle 13 de Beaulieu, sur 320m², ce sont les Produits du terroir vaudois, Destinations touristiques vaudoises et Vins vaudois qui ont fait vivre les stands aux couleurs du Canton.

Les marques régionales Terre vaudoise et Produits Authentiques du Pays d'Enhaut ont présenté leurs produits aux côtés des marques cantonales. Au centre de l'espace, les dégustations AOP – Terravin ont remporté un magnifique succès avec plus de 1100 participants. Des producteurs provenant des autres cantons romands étaient également présents.

Sous l'impulsion de Vaud Terroirs, l'école à la ferme a fait peau neuve avec un visuel épuré, elle a remporté un vif succès auprès de plus de 100 classes.

Le motif central au thème « des 5 sens » s'est voulu accessible. Il a invité les visiteurs à emprunter les passerelles pour admirer les beaux légumes, sentir les plantes aromatiques, écouter les oiseaux et prendre place sur un banc ou à la terrasse des Paysannes vaudoises pour déguster une tarte tout droit sortie du four.

Une démonstration de fabrication du Gruyère AOP dans un chaudron en cuivre était aussi proposée aux visiteurs.

Le public a cruellement fait défaut les premiers jours, fort heureusement les visiteurs ont afflué pour le week-end du Jeûne Fédéral.



Swiss Expo

Grâce à son salon professionnel agro-technique et à son concours international bovin, Swiss Expo attire chaque année plus de 23'000 visiteurs à Beaulieu Lausanne. Du jeudi 14 au dimanche 17 janvier, Vaud Terroirs a disposé d'une belle visibilité, sur son stand de 270 m², installé pour la troisième année consécutive sur ce salon incontournable du mois de janvier.

Hormis le public de professionnels de l'agriculture, Swiss Expo a accueilli de nombreux enfants, dans le cadre de « l'Ecole à la ferme ». Sur les 42 classes annoncées, le stand de Vaud Terroirs a reçu la visite de 25 groupes, soit environ 500 élèves. Les petites têtes blondes se sont délectées des marques fromagères cantonales : Vacherin Mont-d'Or AOP, Gruyère AOP et L'Etivaz AOP.



Pour régaler les visiteurs de Swiss Expo, les vins vaudois honorés du label de qualité Terravin ont marié leurs saveurs aux goûts corsés des trois fromages AOP cantonaux : le Gruyère AOP, le Vacherin Mont-d'Or AOP et l'Etivaz AOP. Terre Vaudoise, la Tomme Fleurette, l'Apiculture Le Bourquin et les glaces La Brebisane ont également été dégustés, tout comme les spécialités du restaurant éphémère « la Pinte vaudoise », qui remportent toujours un grand succès.

Coordination

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.

Le comité, composé par les représentants des membres et par la Présidente, la Conseillère nationale Christine Bulliard-Marbach, s'est réuni sept fois durant l'année, afin de définir les actions communes, les budgets et d'autres questions relatives aux marques régionales des produits du terroir de la Suisse romande. Une séance extraordinaire a été nécessaire afin d'établir la Stratégie 2017-2021.

Le comité connaît un renouvellement de ses membres puisque quatre sur sept représentants des marques ont quitté leur poste entre octobre et décembre 2016. Cela représentera un défi pour 2017 mais permettra parallèlement de donner un nouveau souffle à la fédération.

La commission technique, 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 quatre fois durant l'année. Au sein de la commission technique sont discutées les questions liées aux modifications des lignes directrices et directives nationales créées et gérées par l'Association suisse des produits régionaux.

L'assemblée des délégués 2016 s'est tenue le 29 juin à Cernier. Les délégués, les membres du comité, les invités et la presse ont été accueillis par Neuchâtel Vins et Terroirs sur le site d'Evologia.

En 2016, le bureau de coordination était composé d'une responsable, Elisa Domeniconi, une collaboratrice, Joëlle Pittet, et comptait sur le soutien du directeur d'AGORA, Loïc Bardet, pour un total de 110% EPT.



Stratégie 2017-2021

L'élaboration de la stratégie de la fédération pour les cinq prochaines années a nécessité plusieurs discussions qui ont impliqué la participation non seulement des membres du comité mais aussi des décideurs de chaque canton romand. Une journée entière, le 17 août, a été dédiée à une réflexion commune « au vert ».

Le document final définit les points suivants :

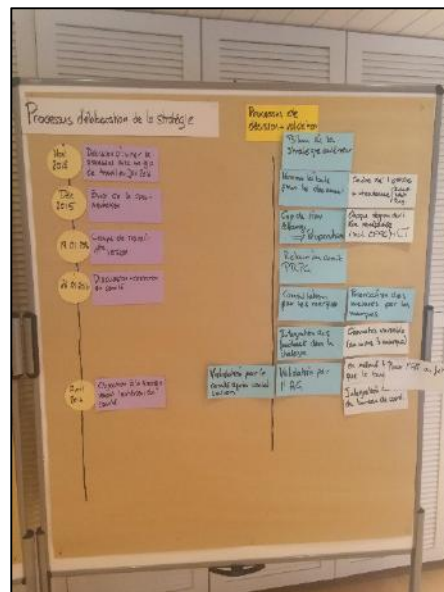
- 1) Objectif PR-PG et activités actuelles
- 2) Bilan de la stratégie 2013-2016
- 3) Analyse SWOT
- 4) Vision et objectifs
- 5) Public cible
- 6) Marchés cible
- 7) Moyens de contrôle
- 8) Mind-Map

En particuliers, le point 4) Vision et objectifs est repropocé ci-dessous :

- privilégier les mesures communes avec un ancrage régional et les produits de qualité ;
- augmenter les moyens financiers provenant de la Confédération ;
- renforcer le réseau d'échanges et de formation en matière de produits du terroir en Suisse romande ;
- favoriser la création de valeur ajoutée pour les producteurs.

En une journée, le temps n'a pas suffi pour traiter tous les points qui nécessitent une discussion de fond. Ceux-ci seront traités au fur et à mesure des séances du comité et lors d'une séance au vert annuelle.

La stratégie 2017-2021 de PR-PG a été envoyée au mois de novembre à l'OFAG. Elle est disponible sur demande en s'adressant au bureau de coordination : info@paysgourmand.ch.



Association suisse des produits régionaux

Les membres de l'Association suisse des produits régionaux (ASPR) sont les organisations suprarégionales de promotion des ventes alpinavera, Culinarium, « Das Beste der Region » et Pays romand – Pays gourmand.

L'ASPR se compose d'un comité, d'une commission des marques et d'une commission nationale des lignes directrices.

Le travail de la commission des marques et de la commission nationale des lignes directrices de l'ASPR s'est concentré en 2016 sur plusieurs dossiers mais en particulier sur la réélaboration des directives pour les boissons, qui ont été revues et constituent actuellement une partie séparée.

A la fin de l'année les marques régionales affiliées aux organisations membres ont ratifié formellement toutes les parties des directives qui les concernent. Via le document « lignes directrices nationales », les marques régionales du canton de Genève et du Valais affirment l'adéquation de leurs propres règlements aux standards nationaux.

Un contrat de collaboration de trois ans a en outre pu être signé avec l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) en début d'année. Ainsi, deux délégués de l'OFEV représentent cet office ainsi que le Réseau des parcs suisses au sein la commission nationale des lignes directrices. Un cofinancement au développement des directives est assuré pour une durée de trois ans.

Le comité de l'ASPR a travaillé intensivement sur le projet de création d'une marque nationale pour identifier les produits régionaux de toute la Suisse.

Une année de discussions et d'essais a permis de donner naissance à la marque regio.garantie : celle-ci est utilisée, en combinaison avec les marques régionales, sur les supports de communication concernant la promotion des produits du terroir dans le cadre de l'Ordonnance sur la promotion des ventes de produits agricoles de l'OFAG.

regio.garantie peut également identifier les produits certifiés selon les lignes directrices et directives nationales. Dans ce cas aussi, regio.garantie ne remplace pas la marque régionale mais l'accompagne. Cette marque nationale véhicule le message suivant : que les produits régionaux de toute la Suisse sont produits et certifiés selon les mêmes standards.

regio • garantie

Pour Pays romand – Pays gourmand, l'entrée en vigueur de regio.garantie a pour conséquence un changement de visuel. La « caissette en bois » disparaît et elle est remplacée par la nouvelle marque nationale accompagnée du visuel Suisse. Naturellement..

Dans leur communication, les marques régionales romandes sont dorénavant toujours accompagnées de regio.garantie et du visuel Suisse. Naturellement.

L'ancienne distinction pourra être utilisée jusqu'à fin 2019.

**regio •
garantie**

Suisse. Naturellement.

paysgourmand.ch



Pays romand – Pays gourmand

Jordils 5 – CP 1080

1001 Lausanne

021 614 04 70

info@paysgourmand.ch

www.paysgourmand.ch

Lausanne, le 21 avril 2017