

Les délégués de la Fédération Pays romand – Pays gourmand en assemblée à Bernex (GE)

Mot d'ordre: bien vendre les spécialités du terroir romand!

(23.05.2017/AR) – Les délégués de Pays romand – Pays gourmand (PR-PG) ont tenu leurs assises annuelles ce matin à la Maison du Terroir de Bernex (GE). Lors de son discours de bienvenue, la présidente Christine Bulliard-Marbach a rappelé que l'année écoulée a été consacrée en grande partie à l'élaboration de la stratégie de PR-PG pour les années à venir dans l'objectif de «développer toujours plus la notoriété et les ventes des produits régionaux certifiés de Suisse romande». Responsable de la Fédération, Elisa Domeniconi a passé en revue l'année écoulée avant de présenter les actions programmées cette année et d'évoquer dans ses grandes lignes le programme 2018.

«L'année 2016 a été une année de réflexion pour notre Fédération», a annoncé la présidente Christine Bulliard-Marbach en ouverture de l'assemblée générale de Pays romand-Pays gourmand (PR-PG) qui s'est tenue aujourd'hui à Bernex. C'est lors d'une journée d'échange que les membres du comité, accompagnés de représentants des six cantons romands et du Jura bernois, ont tracé les lignes directrices de la stratégie de PR-PG pour les années 2017 à 2021. Puis, en prenant appui sur cette feuille de route, il a été décidé de privilégier notamment les actions et messages communs avec un ancrage régional, de renforcer le réseau d'échanges et de formation pour les produits du terroir romand, de favoriser la création pour les producteurs de valeur ajoutée dans les régions concernées et d'augmenter, tant que faire se peut, les moyens financiers provenant de la Confédération. «Ces discussions ont été fondamentales pour la poursuite de notre travail en commun», a souligné la présidente.

Par ailleurs, la présidente a averti que PR-PG est confrontée cette année à une difficulté relative à la mise en consultation de l'Ordonnance sur la promotion des ventes de produits agricoles et de la répartition des aides financières qui en découlent. Christine Bulliard-Marbach a souligné que la Fédération se battrait afin de conserver les soutiens financiers octroyés jusqu'à ce jour par la Confédération. La présidente s'est en revanche réjouie de l'entrée en vigueur de la nouvelle marque nationale de qualité regio.garantie. Cette identité visuelle, a expliqué Elisa Domeniconi, est utilisée en combinaison avec les marques régionales sur tous les supports de communication liés à la promotion des produits du terroir, cela précisément dans le cadre de l'Ordonnance sur la promotion des ventes des produits agricoles, de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG).

Dans son rapport d'activité, Elisa Domeniconi a rapidement passé en revue les principales actions menées sous l'égide de la Fédération et de ses délégués en 2016 et en ce début d'année. Toutes avaient pour point commun de mettre en avant et sous une même bannière les marques et organisations régionales des six cantons romands et du Jura bernois, à savoir: Terroir Fribourg, Genève Région - Terre Avenir, Spécialité du Canton du Jura, Jura bernois Produits du Terroir, Neuchâtel Vins et Terroir, Valais, et Vaud Terroirs. La responsable a rappelé notamment que la Fédération est chaque année sur les foires et salons phares des différents cantons et qu'elle a mené, pour la troisième année consécutive, une action de promotion dans les principales gares romandes le 18 mars dernier. Elle a par ailleurs précisé que bien d'autres événements étaient au programme des activités régionales et suprarégionales en 2017 et 2018, avec notamment pour la première fois, une présence de PR-PG au salon Slow Food Market à Berne.

Au niveau de la communication, la responsable a relevé l'excellent score réalisé par le site internet paysgourmand.ch qui a reçu en 2016 la visite de 63'769 visiteurs, soit une augmentation de 12% par rapport à 2015 et, a-t-elle constaté, le site semble attirer le public suisse alémanique car, après Lausanne, Zurich est la deuxième ville d'où se connectent le plus d'internautes.

Alors que l'engouement des consommateurs pour les produits régionaux ne cessent d'augmenter, Christine Bulliard-Marbach a rappelé enfin que, dans ce contexte favorable, il était non seulement indispensable d'investir dans la promotion mais il fallait aussi que les membres de PR-PG trouvent les moyens de se fédérer de «manière plus efficace encore afin d'offrir à la population de nos régions et du reste de la Suisse les produits qu'elle recherche».

AGIR

www.paysgourmand.ch

