



Améliorer la visibilité des filières de proximité

Ludovic Pillonel



La présidente de PRPG Christine Bulliard-Marbach, avec Joëlle Fuchs-Pittet et Yannick Etter, respectivement responsable ad intérim et collaboratrice du bureau.

L. PILLONEL

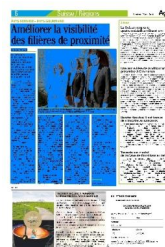
Les délégués de l'association Pays romand – Pays gourmand ont tenu leurs assises à La Neuveville (BE). La promotion du label regio.garantie a été

identifiée comme un objectif central.

Renforcer la notoriété de produits régionaux authentiques tout en appuyant la nouvelle identité nationale: voici deux des tâches principales qui incombent désor-

mais à Pays romand – Pays gourmand (PRPG), la fédération de promotion des produits du terroir romand dont les délégués se sont réunis en assemblée mardi dernier à La Neuveville (BE).

Lancé l'année passée, le label regio.garantie «garantit aux consommateurs l'utilisation de



matières premières de proximité, ainsi que la transformation régionale du produit», a tenu à souligner Christine Bulliard-Marbach, présidente de PRPG, dans son introduction au rapport d'activités. La fédération mène une campagne active dans la certification des marques régionales, avec pour défi de faire connaître le sigle de qualité national «au-delà des cercles des initiés, en pratiquant la politique des petits pas», a-t-elle ajouté.

Revendication

Christine Bulliard-Marbach s'est aussi réjouie du fait que la voix de PRPG a été entendue au niveau fédéral, s'agissant de la révision de l'Ordonnance sur la promotion des ventes. «L'aide financière de base a été maintenue à 50%.

Le soutien de 25% aux projets régionaux n'a pas en revanche pas été conservé, mais un appui sera apporté si ces derniers s'inscrivent dans un concept global, ce qui sera le cas avec la mise en œuvre de regio.garantie», a-t-elle précisé aux délégués réunis à la Cave de Berne.

Yannick Etter, qui a rejoint le bureau de coordination de PRPG en raison du congé maternité de la responsable Elisa Domeniconi, a passé en revue les actions de promotion communes réalisées. Le partenariat gastronomique avec le Tour de Romandie 2018, une opportunité qui s'est présentée en début d'année, a bien fonctionné. «Les invités ont apprécié se faire servir de la nourriture locale et variée. La collaboration sera reconduite au minimum les deux prochaines années», a signalé l'orateur. Des événements comme

les courses Wake up and Run, Slow Food Market à Berne, la Semaine du goût, le Salon suisse des goûts et terroirs à Bulle (FR), ainsi que, en 2019, le Concours suisse des produits du terroir à Courtemelon (JU) ont aussi été choisis pour mettre en avant les produits portés par PRPG.

La transformation en lumière

Ce dernier a aussi fait part de la stratégie globale de la structure en matière de communication. Une agence a été mandatée pour réaliser des petits films sur les métiers de la transformation, destinés à être diffusés sur les réseaux sociaux. Ces capsules, dont la finalisation est prévue cette année, ont pour objectif de mettre en avant le savoir-faire des artisans tout en familiarisant le public avec le visuel du label regio.garantie.

Les délégués ont eu l'occasion de visionner les ébauches concernant la boulangerie et la fromagerie. Deux autres petites vidéos, l'une sur la boucherie, l'autre sur la production fruitière, compléteront le panel. «Les tournages seront effectués dans les sept régions affiliées à PRPG», a tenu à relever Yannick Etter.

Pour rappel, les membres de la Fédération Pays romand – Pays gourmand sont Terroir Fribourg, Genève Région – Terre Avenir, Spécialité du canton du Jura, Jura bernois Produits du terroir, Neuchâtel Vins et Terroir, Valais/Wallis Promotion et Vaud Terroirs.

Le site internet paysgourmand.ch a fait peau neuve l'année dernière. «Il permet d'accéder à une base de données complète des produits certifiés par les marques ro-

mandes, de leurs producteurs ainsi que de leurs points de vente. Il offre aussi une information sur l'actualité concernant les produits et les manifestations du terroir», apprend-on dans le rapport d'activités.

Arrêt du site e-terroir

Le site de vente en ligne e-terroir.ch, proposé en collaboration avec le centre de distribution Terre vaudoise, a en revanche été désactivé après trois ans d'activité, car il n'a pas rencontré le succès escompté.

Enfin, sur le plan financier, la fédération PRPG a bouclé l'exercice 2017 sur un résultat nul, alors qu'un déficit de 12421 francs avait été enregistré l'année précédente à cause d'une dette désormais épon- gée.

SUR LE WEB

www.paysgourmand.ch