

Procès-verbal de l'Assemblée Générale de l'Association Terroir Fribourg

22 avril 2024, 10h00, Grande Salle de l'Hôtel de Ville à Romont

Présidence : Monsieur Christian Deillon

Sont présents : Selon liste des présences en annexe

Excusés : Selon liste des excusés en annexe

Ordre du jour :

1. Ouverture de l'assemblée et salutations
2. Approbation du procès-verbal de l'assemblée 2023
3. Rapport du Président
4. Rapport d'activités 2023
 - a) Rapport du directeur
 - b) Rapport de la commission marketing
 - c) Rapport de la commission technique
 - d) Rapport de la commission restaurants agréés
5. Comptes 2023 et bilan
 - a) Présentation du compte d'exploitation et du bilan au 31.12.2023
 - b) Rapport de l'organe de contrôle
 - c) Discussion, approbation des comptes et décharge aux organes
6. Nomination de l'organe de contrôle
7. Election au Comité Directeur
8. Budget 2024
 - a) Présentation
 - b) Approbation
9. Programme d'activités 2024
 - a) Présentation
 - b) Approbation
10. Présentation de la stratégie 2024-2028
11. Présentation des nouveaux membres de Terroir Fribourg
12. Présentation de la marque territoriale « Fribourg – Terre de Valeurs » par Mme Danielle Gagnaux-Morel, Présidente du Comité de Fribourgissima
13. Divers

1) Ouverture de l'assemblée et salutations

Le Président Monsieur Christian Deillon ouvre la 25^{ème} Assemblée Générale le 22 avril 2024 à 10h03. Il salue les invités présents et remercie l'ensemble des participants.

L'ordre du jour est cité, aucune remarque n'est faite.

Deux scrutateurs sont nommés : Messieurs Sébastien Bise et Hugo Widmer.

2) Rapport du Président

Monsieur le Président Christian Deillon lit son rapport et remercie l'ensemble des membres du Comité Directeur. Il adresse des remerciements tous particuliers au Directeur de Terroir Fribourg, Pierre-Alain Bapst, ainsi qu'à toute l'équipe du bureau pour le travail remarquable effectué en 2024.

(☞ cf. *Rapport du Président - annexe 1*)

3) Approbation du procès-verbal de l'assemblée 2023

Le procès-verbal 2023 est accepté à l'unanimité par l'Assemblée Générale. Sa lecture n'est pas demandée.

4) Rapport d'activités 2023

a) Rapport du directeur

Monsieur Pierre-Alain Bapst, Directeur de l'Association, présente son rapport de direction en rétrospective de l'année 2023. Il fait état de la baisse des achats locaux chez les producteurs et artisans. Il estime que l'alimentation doit retrouver une place de choix dans le budget des ménages. Il relève également le travail accompli par toute l'équipe de Terroir Fribourg et la bonne collaboration avec Christian Deillon, Président de l'Association. Il remercie chacune et chacun pour son travail.

(☞ cf. *Rapport du Directeur - annexe 2*).

b) Rapport de la Commission Marketing

Monsieur Yannick Etter, responsable Promotion et Evènements, présente les événements phares et projets réalisés pendant l'année 2023. Il relève que l'organisation de la Bénichon en ville a été un joli challenge et pense que le défi a été relevé, notamment grâce à la proposition d'un menu le plus fribourgeois possible. Il rappelle que la campagne concernant les fraises locales a été renouvelée et une nouvelle campagne pour le poulet régional a été créée à destination de la restauration. Il explique également la restructuration qui a eu lieu au sein de Terroir Fribourg concernant la communication. Dans le cadre d'un mandat avec l'UFT, c'est désormais Madame Léonie Chenaux qui gère les actions de communication de l'Association.

(☞ cf. *Rapport Marketing - annexe 3*).

Madame Léonie Chenaux présente les différentes activités de communication qui ont été menées en 2023. Les publications sur les réseaux sociaux ont été coordonnées et étoffées. Elle présente également la campagne « Automne et Saveurs » qui a eu lieu durant l'automne. Celle-ci se fait en partenariats avec les acteurs du tourisme.

(☞ cf. *Rapport Communication - annexe 4*).

c) Rapport de la Commission Technique

Madame Marion Yerly, collaboratrice certification, présente les différentes actions qui se sont concrétisées en 2023. Elle explique que la collaboration avec la Fédération Fribourgeoise d'Apiculture a pu voir le jour et permettre ainsi aux apiculteurs de faire certifier leur miel avec le « Label d'Or » ainsi que « Fribourg-regio.garantie ». Ainsi, ils attestent de la qualité et de la régionalité de leur produit en un seul contrôle. Madame Marion Yerly rappelle également que les panneaux de la campagne « Je suis fribourgeois » ont été actualisés avec le nouveau visuel et ont été distribué aux membres avec produits certifiés. Elle termine son rapport d'activité en faisant un état des lieux des produits certifiés dans le canton de Fribourg et dévoile la vidéo de la campagne nationale regio.garantie.

(☞ cf. *Rapport Communication - annexe 5*).

d) Rapport de la Commission Restaurants Agréés

Monsieur Christian Folly, responsable des Restaurants Agréés et de la Restauration Collective, présente son rapport sur la restauration. Il relève l'importance de soigner les détails, notamment en termes de consommation et d'information. En effet, il présente le partenariat avec Beelong qui permet d'avoir une vue d'ensemble des achats d'un restaurateur. Il ajoute également qu'une nouvelle charte graphique a été créée afin de permettre aux restaurants de mettre en avant de manière plus visuelle leurs fournisseurs locaux. Christian Folly termine son rapport en expliquant que la nouvelle plateforme « De Saison » est en train d'être activée et permettra de créer de vrais liens entre les restaurateurs et les producteurs/transformateurs.

(☞ cf. *Rapport Restaurants Agréés - annexe 6*).

Aucune remarque n'est émise et le rapport d'activité est approuvé par acclamation, sans contre-épreuve.

Discours de Monsieur Valentin Bard, Préfet du district de la Glâne.

5) Comptes 2023 et bilan

a) Présentation du compte d'exploitation et du bilan au 31.12.2023.

Les comptes sont présentés par le Directeur Monsieur Pierre-Alain Bapst. Il explique les différents postes et leurs évolutions positives ou négatives.

Il remercie en particulier les membres du Club des Amis du Terroir pour leur précieux soutien.

Produits Ertrag	2023	2022	2021
Cotisations membres <i>Mitgliederbeiträge</i>	110'320.00	108'130.00	102'185.00
Soutien cantonal <i>Kantonale Stützung</i>	510'000.00	430'000.00	440'000.00
Soutien supra-régional <i>Überregionale Stützung</i>	90'000.00	90'000.00	90'000.00
Prestations pour tiers <i>Dienstleistungen für Dritte</i>	108'077.50	103'412.85	26'388.15
Location du matériel <i>Materialvermietung</i>	42'421.55	45'409.75	3'699.00
Autres produits <i>Übrige Erträge</i>	73'991.02	90'803.95	168'995.40
Manifestations / Promotion <i>Veranstaltungen / Werbung</i>	527'361.11	549'587.60	449'886.94
Total produits Total Ertrag	1'462'171.18	1'417'344.15	1'281'154.49

Charges / Aufwand	2023	2022	2021
Marchandises et matériel promotionnel (achat et entretien) <i>Waren und Werbematerial (Anschaffung und Unterhalt)</i>	15'781.95	16'472.85	21'984.25
Charges de personnel <i>Personalaufwand</i>	4'155.15	1'998.55	3'105.65
Promotion et manifestations <i>Werbung und Veranstaltungen</i>	561'154.02	532'539.68	370'606.85
Communication et marketing <i>Kommunikation und Marketing</i>	145'020.75	116'671.91	279'523.04
Colisations <i>Beiträge</i>	27'625.00	26'185.00	13'641.00
Certification (OIC/AOP)	42'711.32	60'499.30	32'545.15
Administration / Comptabilité <i>Administration / Buchhaltung</i>	93'485.02	74'216.63	82'264.69
Frais de gestion UPF <i>Verwaltungsaufwand FBV</i>	443'014.40	440'472.30	459'960.10
Loyer <i>Mietzins</i>	40'362.30	39'741.20	40'362.00
Frais de véhicule <i>Fahrzeugkosten</i>	17'584.60	17'390.05	20'181.70
TVA - réduction impôt préalable <i>Mwst Vorsteuerabzugskürzung</i>	47'080.45	53'135.10	49'222.50
Amortissements <i>Abschreibungen</i>	6'700.00	6'206.30	5'200.00
Total charges Total Aufwand	1'444'674.96	1'385'528.87	1'378'596.93

Résultat exploitation / Betriebliches Ergebnis

Résultat exploitation / Betriebliches Ergebnis	17'496.22	31'815.28	-97'442.44
--	-----------	-----------	------------

Résultat hors exploitation / Ausserbetriebliches Ergebnis

Variation provision RGR / Veränderung Rückstellung RGR	2'416.41	-14'311.80	2'275.40
Dissolution réserve Fonds cantonal / Rückstellungsauflösung	0.00		50'000.00
Provision sur stock / Rückstellung auf Bestand	0.00		0.00
Charges diverses hors exploitation / Ausserbetriebliche Aufwände	-20'489.80		0.00
Produits divers hors exploitation / Ausserbetriebliche Erträge	4'168.48	2'840.85	5'628.20

Résultat exercice / Jahresergebnis

Résultat exercice / Jahresergebnis	3'591.31	20'344.33	-39'538.84
------------------------------------	----------	-----------	------------

Monsieur Pierre-Alain Bapst présente également le bilan et explique les différences des dernières années :

Actifs Aktiven

	2023	2022	2021
Liquidités Liquide Mittel	48'403.25	81'439.15	80'604.45
Créances Forderungen	102'189.30	123'584.40	333'945.80
Créances Bénichon Forderungen Kilbi	0.00	23'811.57	45'973.10
Stocks Vorräte	17'450.00	12'072.50	8'321.26
Actifs de régularisation Aktive Rechnungsabgrenzung	160'531.15	131'292.67	122'203.10
Total actifs circulants Total Umlaufvermögen	328'573.70	372'200.29	591'047.71
Valeurs immobilisées Sachanlagen, Mobilien	14'601.00	22'301.00	14'901.00
Total actifs immobilisés Total Anlagevermögen	14'601.00	22'301.00	14'901.00
Total actifs Total Aktiven	343'174.70	394'501.29	605'948.71

Passifs Passiven

	2023	2022	2021
Divers Créditeurs Verschiedene Kreditoren	61'457.65	151'270.40	124'381.75
Autres dettes à court terme Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	6'356.30	14'769.20	2'300.00
Passifs de régularisation Passive Rechnungsabgrenzung	101'198.70	57'890.95	329'040.55
Provision Bénichon Rückstellung Kilbi	0.00	24'000.00	46'000.00
Provision à long terme Langfristige Rückstellung	150'000.00	126'000.00	104'000.00
Total Dettes Total Verbindlichkeiten	319'012.65	373'930.55	605'722.30
Capital propre au 01.01 Eigenkapital am 01.01	20'570.74	226.41	39'765.25
Résultat de l'exercice / Betriebliches Ergebnis	3'591.31	20'344.33	-39'538.84
Total Capitaux propres Total Eigenkapital	24'162.05	20'570.74	226.41
Total passifs Total Passiven	343'174.70	394'501.29	605'948.71

Les comptes 2023 présentent un bénéfice de CHF 3'591.31.

b) Rapport de vérification des comptes :

Monsieur Nicolas Clément, directeur adjoint de PME Fiduciaire et Révision SA lit le rapport des réviseurs des comptes.

(☞ cf. Rapport des réviseurs – à disposition auprès du secrétariat de Terroir Fribourg)

c) Discussion, approbation des comptes et décharge aux organes

Le Président Christian Deillon ouvre la discussion. Monsieur Didier Ecoffey demande s'il serait possible de présenter dorénavant les comptes de l'année écoulée ainsi que les comptes de l'année précédente à côté du budget de l'année écoulée. Cela permettrait d'avoir une meilleure vue d'ensemble. Cette proposition est retenue. La parole n'étant plus demandée, Monsieur Christian Deillon propose de procéder au vote.

Les comptes 2023 sont approuvés à l'unanimité par l'Assemblée. La décharge est donnée à ces organes.

Le Président remercie l'Assemblée pour la confiance témoignée.

6) Nomination de l'organe de contrôle

PME Fiduciaire et Révision SA est réélue à l'unanimité par l'Assemblée en tant qu'organe de révision pour les comptes 2024.

7) Election au Comité Directeur

Monsieur Christian Deillon annonce que deux membres du Comité Directeur ont fait part de leur démission en 2023. Il s'agit de Madame Muriel Hauser qui a été remplacée par Monsieur Philippe Roschy, président de GastroFribourg. Monsieur Fritz Glauser a également transmis sa démission. A l'heure actuelle, aucune personne ne le remplace. De ce fait, un représentant du secteur agricole est encore à trouver.

8) Budget 2024

a) Présentation

Monsieur Pierre-Alain Bapst présente le budget 2024.

Produits / Ertrag	Budget 2024 (CHF)	Comptes 2023 (CHF)	Comptes 2022 (CHF)
Cotisations / Mitgliederbeiträge	110'000	110'320	108'130
Soutien financier de l'Etat de Fribourg / Finanzielle Unterstützung des Staates Freiburg	490'000	510'000	430'000
Soutien financier de l'Office fédéral de l'Agriculture / Finanzielle Unterstützung des Bundesamtes für Landwirtschaft	80'000	90'000	90'000
Prestations pour tiers / Dienstleistungen für Dritte	80'000	108'077	103'412
Location de matériel / Materialvermietung	44'000	42'421	45'409
Autres produits / Übrige Erträge	60'145	73'991	90'803
Manifestation – Promotion / Veranstaltungen - Werbung	367'000	527'361	549'587
TOTAL	1'231'145	1'462'171	1'417'344

Charges / Aufwand	Budget 2024 (CHF)	Comptes 2023 (CHF)	Comptes 2022 (CHF)
Achat marchandises / Warenanschaffung	4'000	5'018	4'423
Entretien et renouvellement du matériel / Unterhalt und Warenenerneuerung	15'000	10'763	12'049
Indemnités et frais divers / Vergütungen und diverse Kosten	2'000	4'155	1'998
Manifestations / Veranstaltungen	396'500	561'154	532'539
Communication - Marketing / Kommunikation - Marketing	95'000	145'020	116'671
Cotisations / regio.garantie Romandie / Certification / Beiträge / regio.garantie Romandie / Zertifizierungen	51'500	70'336	86'684
Administration - Comptabilité / Administration - Buchhaltung	586'850	556'499	514'688
Loyers, frais bâtiments / Miete	40'400	40'362	39'741
Autres charges - Frais de véhicules / Übriger Aufwand - Fahrzeugkosten	30'500	44'665	70'525
Amortissements / Abschreibungen	7'000	6'700	6'206
TOTAL	1'228'750	1'424'737	1'385'528
Résultat d'exploitation / Betriebliches Ergebnis		17'496	31'815
Résultat de l'exercice / Jahresergebnis (après provisions et dissolutions de provisions)	2'395	3'591	20'344

b) Approbation :

Le Président Christian Deillon ouvre la discussion. La parole n'étant pas demandée, il propose de procéder au vote.

L'Assemblée approuve le budget 2024 à l'unanimité.

Discours tenu par Monsieur Adrian Brügger, Président du Grand Conseil fribourgeois

9) Programme d'activités 2024

a) Présentation

Monsieur Pierre-Alain Bapst présente le programme avec les différentes activités prévues pour l'année 2024. Il donne une explication plus détaillée de la Balade Découverte qui aura lieu au Mouret et qui permettra aux visiteurs de découvrir la production laitière, la boucherie, la fromagerie, la boulangerie ainsi que les vins du Vully. Il présente également la Fête Fédérale des Costumes et Coutumes ainsi que son village des cantons. Terroir Fribourg ainsi qu'une de ses membres y présenteront quelques traditions culinaires fribourgeoises.

Monsieur Pierre-Alain Bapst relève qu'il s'agit d'un plan d'activité diversifié, touchant un public varié, tant à l'intérieur du canton qu'à l'extérieur.

Manifestation / Veranstaltung	Lieu / Ort	Date / Datum
Salon International de l'Agriculture / Landwirtschaftsmesse SIA	Paris	24.02 – 03.03
Apéritif de Printemps de la CCIF / Frühjahrs-Aperitif der HIKF	Châtel-Saint-Denis	18.03
Assemblée Générale / Generalversammlung	Romont	22.04
Balade Gourmande / Gourmetwanderung	Le Mouret	15.06
Fête Fédérale des Costumes et Coutumes / Eidgenössisches Trachtenfest	Zürich	28.06 – 30.06
ÖKK – Bike Revolution	Gruyères	06.09 – 08.09
Bénichon des Entreprises / Unternehmer-Kilbi	Bulle	13.09
Salon Suisse des Goûts et Terroirs / Schweizer Gastromesse « Goûts & Terroirs »	Bulle	30.10 – 03.11
Marché aux truffes / Trüffelmarkt	Murten	16.11 – 17.11

Il fait également état des actions de communication qui jalonnent l'année 2024. Il relève tout particulièrement les nouvelles pancartes qui ont été créées afin de sensibiliser les consommateurs aux fraises locales. Celles-ci ont été distribuées aux boulanger qui ont ainsi pu communiquer directement avec leurs clients.

Communication / Kommunikation	Date / fréquence
Campagne «fraises» - Résiste	Avril
Campagne Automne et Saveurs (en collaboration avec l'Union Fribourgeoise du Tourisme)	Septembre - octobre
Campagne «Je suis Fribourgeois»	En continu
Site internet	En continu
Réseaux sociaux	En continu
Gazette du Terroir	2 x par année
Articles de Blog	8

Monsieur Pierre-Alain Bapst présente également cinq des nombreux projets menés par Terroir Fribourg :

Projets stratégiques / Strategische Aktivitäten
Restauration collective
Mise en œuvre de l'AOP pour le Jambon de la Borne et le Boutefas
Certification / Déploiement du label «Fribourg – regio.garantie»
Collaboration avec regio.garantie Romandie / Communication
Marque Fribourg

Monsieur Christian Deillon relève l'étendue géographique des différentes actions prévues et ajoute que des souhaits quant à des manifestations ou des projets peuvent être transmis au secrétariat de Terroir Fribourg.

Aucune remarque ni question ne sont émises.

b) Approbation

L'Assemblée approuve à l'unanimité le programme d'activité 2024.

10) Présentation de la Stratégie 2024-2028

Monsieur Pierre-Alain Bapst explique que, arrivé au terme de la stratégie précédente, une nouvelle phase de réflexion a été entamée en 2023. M. Yvan Aymon, spécialiste en marque territoriale a été mandaté afin de faire un bilan de la stratégie actuelle mais également dans le but d'actualiser la stratégie de l'Association pour les 4 prochaines années. Un workshop a alors été réalisé en novembre 2023. Il regroupait les membres du Comité Directeur ainsi que le personnel de Terroir Fribourg. Il en est ressorti qu'il n'y avait pas besoin de révolutionner Terroir Fribourg mais plutôt de travailler sur la continuité, tout en définissant la « raison d'être » de l'Association. Cela permettra de clarifier les valeurs clés que sont le positionnement, les critères du label « regio.garantie », la culture de Terroir Fribourg ainsi que ses prestations.

Concrètement, la stratégie 2024-2028 comprend les mêmes cinq axes que la stratégie précédente. Cependant, ces derniers ont été actualisés et seront assortis de nouveaux objectifs. Les prochaines étapes sont la réalisation d'un plan d'action ainsi que la formulation d'objectifs détaillés.

11) Présentation des nouveaux membres de Terroir Fribourg

Les nouveaux membres sont présentés par Monsieur Pierre-Alain Bapst. Il s'agit de :

- Hôtel de Ville de Rue, 1673 Rue
- Riz du Vully (Guillod SA), 1787 Môtier
- Fromagerie de Prayoud, 1618 Châtel-Saint-Denis
- Auberge de la Couronne, 1667 Enney
- Jorge Cardoso Chocolatier, 1700 Fribourg
- Mergimvs liqueurs du Vully, 1787 Môtier
- Domaine de Chamaz, 1787 Môtier
- Boulangerie du Tilleul, 1700 Fribourg
- Fromagerie Mesot, 1553 Châtonnaye / 1630 Bulle

Adhésions 2024 :

- Association Fromagers Romands, 3001 Berne
- Distillerie Morard et Fils SA, 1645 Le Bry

Le Directeur ainsi que le Président leur souhaitent la bienvenue.

12) Présentation de la marque territoriale « Fribourg – Terre de Valeurs »

Madame Danielle Gagnaix-Morel, Présidente du comité Fribourgissima, adresse un message à l'Assemblée.

(☞ cf. Discours de Mme Danielle Gagnaix-Morel - annexe 7).

13) Divers

Monsieur Pierre-Alain Bapst présente la boutique de vêtements de Terroir Fribourg. Elle proposera une large gamme de vêtements de travail et de loisirs qui pourront être personnalisés. Des informations seront transmises aux membres dès qu'elle sera fonctionnelle.

Madame Christine Bulliard-Marbach, Présidente de regio.garantie Romandie, prend la parole et relève l'importance des associations telles que Terroir Fribourg et qui gravitent autour de regio.garantie

Romandie. Elle explique avoir apprécié cette assemblée qui s'est tenue en français et en allemand et remercie chacune et chacun pour son travail.

Monsieur Mattéo Murphy profite de l'occasion pour rappeler les Caves ouvertes de Cheyres qui auront lieu le 27 avril 2024.

La parole n'est plus demandée.

Le Président Monsieur Christian Deillon remercie l'ensemble des participants pour leur présence et pour leur confiance. L'Assemblée est close à 12h10 et suivie d'un apéritif dinatoire au Vitromusée.

Romont, le 22 avril 2024

Pour Terroir Fribourg, Marion Yerly

Annexe 1 – Rapport du Président***Christian Deillon***

Mesdames et Messieurs les Invités,

Mesdames et Messieurs,

Chers Membres,

Chers membres

Mesdames et Messieurs

Werte Damen und Herren

Terroir Fribourg a 25 ans !

Il y a un peu plus de 25 ans, les autorités fédérales bouleversaient la politique agricole en supprimant les garanties de prix et d'écoulement, en réduisant drastiquement le soutien au marché et en instituant la politique des paiements directs en reconnaissance des prestations écologiques requises. En parallèle, la Confédération s'engageait, par des contributions à soutenir les mesures que les producteurs, les transformateurs et les commerçants prendraient sur le plan national ou régional afin de promouvoir la vente des produits suisses dans le pays et à l'étranger. Notre Conseiller d'Etat de l'époque, Pascal Corminboeuf, le directeur de l'Union des Paysans Fribourgeois, Francis Maillard, saisissaient pleinement cette opportunité. Un président charismatique, Jean-Nicolas Philipona, et un directeur plein d'entrain et de dynamisme, Daniel Blanc, portaient sur les fonts baptismaux l'« Association pour la Promotion des Produits du Terroir du Pays de Fribourg ».

25 ans, c'est à choix, l'âge où on coiffe Sainte-Catherine ou le moment où l'on fête ses noces d'argent. Je crois que l'on peut clairement opter pour la 2ème version, avec une belle histoire d'amour. Histoire d'amour version moderne, on parlera aujourd'hui de polyamour. Clairement, notre partenaire principal c'est l'Union des Paysans Fribourgeois, aujourd'hui Agri-Fribourg. Mais dès sa création, notre association a clairement affiché sa volonté d'intégrer les milieux de l'artisanat, du commerce, de la restauration, du tourisme et de l'économie dans son ménage commun. Cette approche, quelque peu visionnaire à l'époque, c'est rétrospectivement la clé d'un succès et d'un aura peu commun comparé à d'autres associations similaires : Terroir Fribourg est connue et reconnue.

Wir sind stolz auf diese Aufgabe, die darin besteht.

Unser Terroir, die Männer und Frauen, die es täglich bearbeiten, sowie das materielle und immaterielle Kulturerbe unseres Kantons "Freiburg - Land der Werte" zu verteidigen und zu fördern.

Mais 25 ans, c'est aussi l'occasion d'un regard en arrière, c'est le moment de jauger notre parcours, d'évaluer notre action dans le passé pour mieux se projeter dans l'avenir. L'exercice avait été fait à l'occasion des 20 ans de Terroir Fribourg, avec l'accompagnement de la Haute Ecole de Gestion et qui avait débouché sur la formulation concrète des 5 axes qui orientent notre action.

Est-ce que ces 5 axes sont toujours d'actualité ? Est-ce que notre action doit être adaptée ? Quelles sont nos points forts, nos faiblesses ? Quels sont les activités où nous pouvons être plus pertinents ? Ce sont les questions que tous les membres du Comité Directeur – que je tiens ici à remercier pour leur engagement et leur participation très active lors de nos rencontres – ont abordées lors d'une séance de « brainstorming » le 23

novembre dernier. Nous étions « coachés » et analysés par Monsieur Yvan Aymon, un consultant qui connaît bien et même très bien les structures comme la nôtre puisqu'il a pris une part prépondérante à la mise en place de Valais/Wallis, de Vaud+ ou d'autres organismes de promotion en Suisse, mais aussi à l'étranger.

Le résultat a été présenté au Comité directeur lors de sa séance du 5 mars dernier. Monsieur Aymon a relevé que Terroir Fribourg faisait déjà beaucoup, que les synergies entre les différents partenaires étaient un exemple qui fonctionnait déjà, alors que ces synergies devaient parfois être insufflées à d'autres organisations qu'il coachait. En résumé, il n'y avait pas de révolution à apporter à la structure et au fonctionnement de Terroir Fribourg. Et c'est réjouissant, cela prouve que nous avons œuvré sur la bonne voie.

Dennoch gibt es noch ein grosses Potenzial für Verbesserungen.

Diese Herausforderungen und Wege nehmen wir als Chance und Motivation wahr.

Unsere Lesbarkeit muss noch verbessert werden.

Wir haben noch einiges zu tun, um die Rolle, den Platz und die Sichtbarkeit unserer Botschafter zu definieren und zu klären.

Unsere ersten Botschafter sind Sie alle, die Akteure und Produzenten von Terroir Fribourg.

Nous devons aborder les jeunes générations pour les sensibiliser à la richesse de notre Terroir et les intéresser par des produits peut-être plus innovants ou correspondant à leur façon de consommer.

Nous devons nous positionner de manière plus claire sur un thème à l'ordre du jour, soit la durabilité.

Nous avons encore du travail pour améliorer la notoriété et l'image de Terroir Fribourg au-delà de nos frontières cantonales : nos participations au Marché des Produits du Terroir de Courtemelon, à la Fête des Fêtes de Ballenberg ou encore au Salon international de l'Agriculture de Paris sont de bons exemples, mais peut-être encore trop isolés dans le calendrier.

Enfin, nous devons nous attacher à défendre un prix équitable pour tous les acteurs de la filière qui certifie leur produit avec notre label « Fribourg – regio.garantie »

et je vous promets que nous allons nous attacher à aborder tous ces nouveaux défis avec beaucoup de volonté et d'enthousiasme.

J'aimerais juste m'arrêter sur la notion des prix. C'est une revendication – justifiée – de la protestation agricole qui agite l'Europe, mais aussi la Suisse et notre canton. La revendication d'un meilleur prix a également été évoquée par Agri-Fribourg au sein du Comité Directeur.

Il faut être honnête. Terroir Fribourg n'est pas un interlocuteur qui a quelque légitimité que ce soit pour intervenir dans la négociation des prix entre producteurs et acheteurs. Nos buts sont parfaitement clairs dans ce sens : l'article 2 de nos statuts précise que « L'association a pour but d'entreprendre, de coordonner et d'appuyer les mesures adéquates dans le domaine de la promotion des produits agricoles fribourgeois de qualité. Elle assume les mesures de promotion de produits agricoles au sens de la législation cantonale ».

Terroir Fribourg est cependant très active pour l'encouragement et le développement des AOP. Et les AOP justement impliquent la création d'interprofession : dans ce cadre-là, les négociations de prix plus élevés et de répartition de la valeur ajoutée sont possibles.

Terroir Fribourg handelt, um die lokalen Akteure - seien es Verarbeiter oder Konsumenten - zu motivieren, Produkte aus der Nähe zu kaufen.

Diese Sensibilisierung erzeugt reduzierte Transporte, Vermarktungsmöglichkeiten in der Nähe und Möglichkeiten zur Mengenausweitung.

Nous comprenons totalement le désarroi d'une certaine partie de l'agriculture qui doit vendre sa production à des prix qui ne paient pas le travail et ne récompense pas le risque entrepreneurial. Tout comme vous, je dénonce le fait qu'on rechigne à payer frs. 1.- pour un litre de lait, alors que l'on souscrits volontiers plus de

100.- / mois pour son téléphone ou son abonnement à des contenus médias. Là aussi, la mission de Terroir Fribourg, c'est de valoriser le travail de nos producteurs, leur savoir-faire, la passion et les compétences qu'ils mettent dans leur travail et dans leurs produits. Les circuits courts, c'est avant tout mettre en relation l'agriculture et des acheteurs de proximité. Et ce genre de circuits courts, c'est notre approche pour que la production ne passe pas totalement sous le joug de la grande distribution, avec la pression sur les prix qui va avec son formidable potentiel d'achats.

Mais finalement, c'est le consommateur qui décide. Et très souvent, trop souvent, la bonne conscience et les belles intentions disparaissent au fur et à mesure que la main se rapproche du porte-monnaie. Quelques centimes d'augmentation sur l'œuf, le yogourt, le kg de pain ou le cervelas et c'est le drame. On ne discute pas des honoraires pratiqués dans les services ou les dépannages, mais dès qu'on touche à l'alimentation tout est trop cher et on compare ces prix avec ceux pratiqués à l'étranger, quand on ne va pas, dans le pire des cas, faire ses courses à l'extérieur de nos frontières.

Clairement, aujourd'hui celui qui produit n'est pas récompensé à la hauteur de son travail et de ses investissements, alors que celui qui propose des services peut se prévaloir de presque n'importe quel tarif ! Je l'évoquais dans mon rapport de l'année dernière, nos métiers de bouches peinent à recruter et la pression sur les prix et par conséquent sur les charges de travail n'est certainement pas étrangère à cette situation. Je répète mes propos de l'année dernière : « avec ce déséquilibre entre filière professionnelle et filière académique, on assiste à une nouvelle fracture sociale entre les professions administratives et les professions manuelles ».

Ce constat n'est pas propre à nos seules branches : Le « SonntagsZeitung » du 28 janvier dernier titrait « La folie bureaucratique se propage à tous les secteurs ». Ce même journal prenait l'exemple du secteur de la santé où l'on sait que l'on manque d'infirmières qualifiées et relevait que le nombre de poste plein temps parmi le personnel soignant a augmenté de 21% entre 2010 et 2021, mais que pendant ce laps de temps le personnel administratif a connu une hausse de 45 % ! On donne peu de moyens au travail en lui-même, alors qu'on donne d'énormes moyens au controlling !

Les prescriptions sont de plus en plus nombreuses, elles changent régulièrement et c'est un véritable casse-tête pour un producteur de rester parfaitement au courant des dernières nouveautés en matière de législation. Mais il y a pire, ces prescriptions sont souvent élaborées et édictées par de purs théoriciens sans repères concrets dans la réalité et quand il s'agit de les appliquer, ce n'est pas toujours simple de s'y retrouver. A cela s'ajoute le zèle de contrôleurs particulièrement pointilleux, comme c'est souvent le cas. La révolte paysanne envers ces surcharges administratives est parfaitement compréhensible et elle est certainement partagée par nombreux de petits entrepreneurs de différents secteurs qui sont confrontés aux mêmes contraintes et parfois au même ras-le-bol.

Alors, oui à Terroir Fribourg, nous entendons et nous partageons les soucis de l'agriculture, mais aussi des nombreux artisans confrontés à des problèmes similaires.

Mais nous sommes avant tout un organisme de promotion et le but premier de la promotion c'est de donner envie, c'est de susciter un achat. Nous pouvons demander plus de considération et nous devons défendre nos produits, mais personne ne viendra chez nous pour nous écouter nous plaindre.

Fribourg, ses paysages, sa culture, ses traditions, ses produits et son terroir sont des valeurs refuges dans un monde globalisé. Nous avons la chance de produire nous-même notre manger et notre boire, et en plus, nous savons bien et très bien le faire ! Nous sommes les détenteurs de toutes sortes de valeurs de référence et nous devons le communiquer et le communiquer encore avec beaucoup de fierté ! La marque territoriale « Fribourg – Terre de Valeurs » est le catalyseur de cette identité forte.

Wir alle, die Mitglieder von Terroir Fribourg, haben eine wichtige Rolle in diesem Prozess zu spielen, der voll und ganz der unsere ist. Auf individuelle oder kollektive Weise sind wir alle Akteure, aber auch Botschafter unserer Region. Seien wir stolz auf unsere Region und teilen wir diesen Stolz!

Avant de terminer, j'aimerais ici remercier toutes les parties prenantes de notre association et qui sont très actives au sein du comité directeur : je pense en premier lieu à Agri-Fribourg, je pense aux différentes associations des métiers de bouche et de la promotion des vins, je pense à l'Union Fribourgeoise du Tourisme, à l'Union Patronale à Fribourg et la Fédération patronale à Bulle. Je tiens également à remercier notre principal contributeur : le Canton de Fribourg, par le département de la DIAF avec son Conseiller d'Etat Didier Castella et toute son équipe.

Enfin, merci à vous tous, Chers Membres, pour la confiance que vous nous témoignez, pour le savoir-faire que vous mettez dans vos produits et pour la conviction que vous déployez pour promouvoir notre beau canton.

Que Vive Terroir Fribourg !

Annexe 2 – Rapport du Directeur

Pierre-Alain Bapst

L'alimentation doit retrouver une place de choix dans le budget des ménages

Chers membres

Chers invités

Mesdames et Messieurs,

Geschätzte Damen und Herren

C'est ce titre que j'ai choisi pour mon message dans le rapport d'activité de notre association car oui, beaucoup de ménage ont réduit leurs dépenses dans ce domaine en 2023 ! En effet, après une forte hausse de la vente directe durant les années Covid, l'année 2023 a été marquée par un recul significatif des ventes chez un grand nombre de producteurs locaux. Plusieurs éléments expliquent ce malheureux constat.

Tout d'abord, une forte inflation qui a réduit le pouvoir d'achat des consommateurs. Cette inflation trouve ses racines dans l'augmentation des coûts de l'énergie, des loyers et des primes d'assurance maladie depuis l'automne 2022.

L'autre explication est que nous avons retrouvé le rythme d'avant Covid et qu'une grande partie des consommateurs renoncent à investir le temps nécessaire pour faire leurs achats directement chez le producteur. Angesichts der allgemein steigenden Kosten haben viele Konsumenten ihre Ausgaben für Lebensmittel reduziert. Dies führt, zu teilweise, erheblichen Rückgang der Umsätze in den Verkaufsstellen der Mitglieder unserer Vereinigung.

Je suis bien conscient que se rendre chez le producteur demande plus de temps.

Pour ma part, cet investissement en vaut largement la chandelle, car il apporte aux consommateurs des produits frais et de qualité sans oublier que la marge revient en grande partie au producteur.

En prime les clients ont la possibilité d'échanger avec la personne qui est derrière les produits et ainsi comprendre comment ceux-ci ont été élaborés, sans oublier parfois quelques conseils pour les apprêter.

Wie Sie sicher bemerkt haben, ermutige ich die Konsumenten, ihrer Ernährung die richtige Werte zu geben, wenn sie Entscheidungen treffen müssen.

Ces dépenses-là ne doivent pas servir de variantes d'ajustements face à l'augmentation des coûts, mais doivent retrouver une place de choix dans le budget des ménages.

En parlant de choix. En suis en général, et à Fribourg en particulier, les consommateurs en ont un grand !

A ce titre, j'aime bien relever que notre canton regorge d'un large éventail de produits.

En effet, notre canton possède une production animale et végétale abondante. Cette richesse s'explique notamment par notre topographie, qui permet d'avoir autant des cultures céréalières et maraîchères qu'une importante production laitière. Cette large production agricole associée au savoir-faire des artisans et autres acteurs de la transformation permet notamment de certifier des produits avec notre label « Fribourg – regio.garantie » et de faire de Fribourg le canton champion des produits AOP en Suisse.

Ich komme nun zu der Doppelseite, die sich in der Mitte des Tätigkeitsberichts befindet. Dort finden Sie viele Zahlen zu unseren Aktivitäten. Ich werde jetzt 3 Zahlen erwähnen :

- 300
 - Anzahl Mitglieder, davon
 - 200 Einzelmitglieder
 - 70 Kollektiv Mitglieder
 - 30 Annerkantes Restaurants
- 20'000
 - Grösse von unsere Community wenn Sie die Zahlen von Facebook, Instagram und LinkedIn kummulieren
- 476
 - Anzahl Artikel mit dem Hinweis Terroir Fribourg oder Bénichon im 2023

Regio.Garantie Romandie

- ASPR – nationale → Président Manfred Bötsch qui était venu l'année passée
- 4 organisations supra-régionale → Romandie → RGR
- 7 labels en romandie → arbore tous regio.garantie depuis environ 1 année
- Partage une vision commune et tire tous à la même corde

Freiburg – Land der Werte

- Sie kennen diese Territoriale Marke → Sie wird von Frau Danielle Gagnaux am Schluss diesen Versammlung präsentiert
- Zur Erinnerung, Terroir Fribourg ist ein von der 13 Mitglieder von Fribourgissima
- Das Logo der Marke Freiburg ist das andere grafische Element, das die visuelle Darstellung unseres Labels bildet
- Hier einen Bild mit Romain Collaud, der Schwinger, welche einen Botschafter der Marke ist

Interprofession de la Charcuterie AOP

- Rappel → Terroir Fribourg → secrétariat ICAOP
- Gros dossiers en 2023 → mise en place des 2 AOP
- Rappel → aire géographique → VD + FR pour prod porcs
 - Race spécifique → suisse
 - Bien-être animal → SST / SRPA → accès extérieur
 - Alimentation local (petit lait, céréales, ...) → pas de soja importé
- Reste → viande qualité AOP → Lancement label « Porc d'Ici »
- 8 prod certifiés JdIB AOP / 25 prod Boutefas AOP

J'arrive au terme de ma présentation. Avant de passer la parole à mes collègues, je souhaite remercier toutes les personnes qui s'engagent dans la promotion de nos bons produits :

- Membres pour les échanges et les interactions
- Membres du Comité directeur → 4 séances en 2023
- À Frédéric Ménétrey et aux collègues d'Agri Fribourg
- Toute l'équipe de Terroir Fribourg que vous voyez sur l'organigramme
- Président avec qui il fait toujours bon travailler

Merci pour votre attention

Annexe 3 – Rapport Marketing

Yannick Etter

Chers membres Terroir Fribourg, Chers invités, Mesdames, Messieurs,
L'année 2023, quelle année ! Terroir Fribourg s'est en effet engagé sur plusieurs front afin de donner un maximum de visibilité à l'association d'une part, mais surtout à vous, les membres et à vos produits, si possible certifiés « Fribourg-regio.garantie ».

2023 fut marquée notamment par 2 campagnes avec un soutien financier du Plan climat, à savoir les fraises de saison et le poulet local. La première, orientée vers les consommateurs, les incitait à « résister » à leurs envies de fraise, le temps que notre Terre fribourgeoise les délivre. Le retour fut positif, mais force est de constater que chaque année, ce thème revient sur la table et qu'on n'a pour l'instant pas vu beaucoup de changement dans le comportement de la grande distribution en matière de marketing hors saison. La seconde campagne s'adressait aux restaurateurs, incités à privilégier le poulet local au détriment du poulet importé, au bilan carbone et économique nettement moins reluisant. Nous ne pouvons pas quantifier l'impact réel de cette campagne mais force est de constater que la demande en poulet suisse a explosé ces derniers mois dans la restauration, ce qui est une très bonne nouvelle.

Dans notre département Marketing et Communication, une réorganisation d'importance a eu lieu au mois d'avril 2023, suite au départ de notre collègue Jeanne. J'ai repris son cahier des charges et ai pu en contrepartie compter sur notre collaboration avec l'Union fribourgeoise de tourisme pour les tâches de communication digitale. Le savoir-faire de Léonie et de l'UFT dans ce domaine apportent un plus certain à notre association, à l'heure où l'on ne peut plus se contenter de « bricoler » sur les réseaux sociaux.

Parlons événements. L'année de notre association débute en général sur les chapeaux de roue... 2023 n'a pas fait exception, puisque le Salon de l'Agriculture de Paris nous attendait de pied ferme. Une petite nouveauté croustillante était au menu, un changement de halle, pour la première fois depuis plus de 10 ans, nous étions en effet appelés à occuper un nouvel emplacement, en raison d'une réorganisation des espaces par l'organisateur. Heureusement, ceci n'a pas trop perturbé la marche des affaires et nous avons vite repris nos marques, pulvérisant au passage les chiffres de notre restaurant. Suite à ce succès, nous avons pu prolonger de 3 ans notre mandat de représentation avec Switzerland Cheese Marketing.

Dans nos contrées, nous avons également eu l'occasion de mettre en valeur l'excellence de la production locale, notamment en août lors du grand week-end d'inauguration de la nouvelle gare de Bulle, où nous avons eu la chance d'être mandatés par les TPF pour le bouquet de chantier, la soirée du personnel, l'apéritif VIP ainsi que la partie « subsistance » de la fête publique. D'autres événements ont permis de présenter les produits fribourgeois : l'Apéritif de Printemps de la Chambre de commerce, la course d'école du Conseil fédéral, une rencontre internationale des pays de montagne à Fribourg, la St-Nicolas au Palais Fédéral ou encore l'inscription de la saison d'alpage au patrimoine de l'Unesco. Pour ces mandats, nous privilégions désormais la collaboration avec les producteurs ayant fait certifier leurs produits. Avis aux indécis.

Cela sera le cas également au Salon des Goûts et Terroirs de Bulle, en 2024. L'édition 2023 a été un succès total, tant sur l'espace fribourgeois que pour le Salon lui-même, qui a comptabilisé pour la première fois 50'000 entrées. De longue date, le Salon collabore avec regio.garantie Romandie (ex. Pays romand-Pays gourmand,

ou PRPG), et il est naturel pour nous aujourd’hui d’exiger que nos exposants puissent présenter des produits certifiés, à l’heure où ce label a gagné en crédibilité, bénéficie d’une communication nationale et d’un nombre de produits sans cesse croissant. Il en va de la confiance que les consommateurs attribuent à Terroir Fribourg et ses membres !

2023, c’était également la « Ville du Goût » à Fribourg et au-delà. Terroir Fribourg y a collaboré de près, particulièrement en mettant sur pied la « Bénichon en ville », une fête colorée et vivante au cœur de la ville. Notre petite fierté, avoir pu présenter le repas de Bénichon le plus fribourgeois de l’histoire, puisque même le safran de la Cuchaule AOP était fribourgeois, ainsi que la moutarde qui accompagnait les pièces fumées !

Les perspectives pour Terroir Fribourg sont très bonnes. Nous restons des partenaires privilégiés du monde politique et économique lorsqu’il s’agit de mettre en avant les produits locaux, dans notre canton ou au-delà. C’est notre ADN et sommes très fiers de vous représenter, vous les membres Terroir Fribourg qui produisez au quotidien des produits de haute qualité qui gagnent encore à être connus !

Annexe 4 – Rapport Communication**Léonie Chenaux**

Personne ne nous contredira que l'automne est la plus gourmande des saisons ! Depuis 2021, nous menons étroitement entre Terroir Fribourg et l'Union fribourgeoise du Tourisme une campagne de promotion marketing dédiée au marché suisse sur la saison de l'automne. Ce projet, soutenu par la NPR pour ses 2 premières éditions en 2021 et 2022, a notamment débouché sur un mandat de communication entre ces deux institutions dont j'ai pris la coordination.

Sie sind sicher einverstanden damit, dass der Herbst die Hochsaison der Kulinarik ist! Seit 2021 führen wir im Herbst in Zusammenarbeit mit dem Freiburger Tourismusverband eine eigene Marketingkampagne für den Markt Schweiz. Dieses Projekt wurde für die 2 ersten Jahren (2021 und 2022) durch die NPR ((die Neue Regionalpolitik)) unterstützt und hat sich seitdem fest etabliert. Dies führte unter anderem zu einem Kommunikationsmandat zwischen diesen beiden Institutionen, welches ich seit Mai 2023 mit grosser Freude ausführe.

Cette campagne a pour but de renforcer les synergies existantes entre le terroir et le tourisme, avec les 7 régions touristiques, les producteurs et d'autres partenaires cantonaux, de sensibiliser le consommateur aux produits locaux et au tourisme doux, de valoriser la Bénichon dans le canton de Fribourg et enfin de promouvoir le canton de Fribourg comme facile d'accès en transport public (par exemple la mise en avant de la ligne Berne – Broc-Chocolaterie avec les TPF).

En 2023, la campagne a été diffusée durant plus de 80 jours soit de la fin août à la mi-novembre. Axée sur le marché suisse, principalement 2/3 de notre communication est ciblée vers la Suisse alémanique. Avec un budget global de CHF 130'000.- nous avons touché plus de 8 millions d'impressions dont la plus grande partie via les réseaux sociaux.

On est heureux de reconduire la campagne automne & saveurs cette année avec un focus particulier sur la saison de la Bénichon / Kilbi-Saison.

Wir sind stolz, diese Herbstkampagne dieses Jahr wieder durchführen zu können und dabei den Fokus auf die Kilbi-Saison / saison de la Bénichon zu setzen.

En attendant cette saison pleine de saveurs, voici la vidéo de la campagne promotionnelle 2023

Annexe 5 – Rapport Commission Technique***Marion Yerly***

Mesdames, Messieurs,
Chères et chers membres de Terroir Fribourg,

A mon tour de vous faire part des activités menées par notre association, mais cette fois-ci sous l’angle de la certification.

2023 a été l’année de la concrétisation ! En effet, il y a une année, je me tenais devant vous pour vous faire part de projets en cours tels que la collaboration avec la Fédération Fribourgeoise d’Apiculture ou encore, le nouveau visuel de notre label pour les produits régionaux.

Après un lancement en début d’année, les premiers apiculteurs intéressés par le label commun « Fribourg-regio.garantie » et Label d’Or ont pu bénéficier de cette certification au terme d’un contrôle unique réalisé par les contrôleurs du miel déjà actifs auprès de la Fédération. Avec le recul, il est désormais possible d’en tirer un bilan plus que positif ! En effet, cette opportunité a su séduire pas moins de 50 apicultrices et apiculteurs désireux de promouvoir fièrement l’aspect régional de leur nectar. A l’heure où les étals sont remplis de pots aux provenances lointaines et incertaines, cette nouvelle collaboration semble répondre aux attentes tant des producteurs que des consommateurs. Si vous souhaitez en apprendre plus à ce sujet, n’hésitez pas à jeter un œil à notre rapport annuel. Un article complet y est consacré.

Das Wort "Konkretisierung" kann auch verwendet werden, wenn wir vom Label "Fribourg-regio.garantie" sprechen. Nach einem erfolgreichen Start an der Schweizer Gastromesse "Goûts et Terroir" im Jahr 2022 konnten der neue Name und das neue Design bei unseren verschiedenen Veranstaltungen und in der Kommunikation präsentiert werden. Im Laufe des Sommers konnten wir auch das Werbematerial für unsere Mitglieder mit zertifizierten Produkten aktualisieren. « Fribourg-regio.garantie » a alors trouvé une véritable place dans le paysage des produits régionaux. Le travail n'est pas terminé car sa notoriété ne peut que grandir, mais le voici déjà bien implanté.

La concrétisation est également au rendez-vous lorsque nous nous penchons sur les chiffres qui entourent notre label, votre label. En effet, « Fribourg-regio.garantie », ce sont pas moins de 78 producteurs qui proposent plus de 900 produits répondant aux directives nationales et plus précisément au guide technique de Terroir Fribourg.

Ils sont valorisés par le biais de nombreux canaux de communication. Cependant, il est intéressant de relever que 2023 a vu la création d'une campagne nationale de Regio-Garantie et de tous les labels régionaux qu'elle regroupe. Ainsi, une vidéo promotionnelle a été diffusée sur les réseaux sociaux ou dans les salles de cinéma durant deux périodes l'année dernière. Je vous inviterai d'ailleurs à la découvrir sitôt mon rapport d'activité terminé.

Finalement, la concrétisation de ce succès vous revient à vous chers producteurs, chers transformateurs et chers artisans. Il est le fruit de votre travail quotidien que vous accomplissez avec passion et je ne peux que vous remercier !

Wenn also andere Personen in diesem Raum daran interessiert sind, seine Produkte zertifizieren zu lassen und so den regionalen Aspekt seiner Produktion hervorzuheben, zögern Sie bitte nicht, mich nach dieser Versammlung zu kontaktieren.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit et je vous souhaite une agréable suite d'assemblée.

Annexe 6 – Rapport Commission Restaurants Agréés et Restauration collective.***Christian Folly*****Le Détail dans la restauration**

Quoi de neuf dans la restauration ? Le métier bouge, la concurrence évolue, change.

Le consommateur devient de plus en plus épicurien, vigilants à la qualité et à la proximité.

Nous devons soigner les détails, Terroir Fribourg souhaite accompagner les chefs de cuisine, cuisiniers dans leurs démarches, les écouter dans les moindres détails.

Mesdames et Messieurs les Invités,

Mesdames et Messieurs,

Chers Membres,

Werte Damen und Herren,

L'excellence en cuisine (comme en toute chose) réside dans la combinaison d'une multitude de détails. Ces détails, s'ils sont pris séparément, ne signifient pas grand-chose. Ces détails par contre, s'ils sont conjugués ensemble, donne un plat parfait, vibrant de toutes les saveurs réunies avec des produits sélectionnés.

Les détails des achats en collectivité, nous en récoltons des précieux, grâce aux rapports fait avec Bellong qui permet d'apporter des informations sur l'origine des achats.

Sans rentrer dans les détails, La photographie des achats en collectivité se fait plus nette au fil des retours.

C'est ainsi que nous pouvons identifier les possibilité d'ajouter des produits certifiés Fribourg regio.garantie et AOP.

Nous devons encore aller plus loin avec les achats, Terroir Fribourg souhaite donner l'impulsion des achats de proximité, c'est pourquoi avec l'aide de l'Etat de Fribourg, la plateforme de Saison.ch a été créé.

Objectifs : créer le lien entre les producteurs et les restaurateurs. Mettre en avant les produits de région. Sans détail mais avec raccourci : de manger de proximité et de saison. Bonne nouvelle, cette plateforme est en cours de lancement.

Depuis le 1er février 2024, c'est un tout autre détail qui complétera la liste de provenance des produits : le pain. Donc, à partir de cette date, il y a obligation d'indiquer la provenance du pain vendu en vrac en magasin ou servi même coupé au restaurant.

Pour ma part, c'est une belle victoire pour les filières et les boulangers. De là, une réflexion s'est faite pour nos restaurants agréés, peut-on imaginer d'aller plus loin que le bout de la baguette de pain ? Oui nous pouvons et devons le faire...

Certains d'entre-vous le font déjà pour les producteurs locaux en les indiquant sur leurs cartes, félicitations, le consommateur applaudira des deux mains.

Du coup, pour 2024, nous proposerons une charte graphique personnalisée, facile à lire avec des pictogrammes pleins de détails. Vous n'aurez pas uniquement le pain mais d'autres produits comme le fromage, le poisson, la viande et bien d'autres encore. C'est un pas de plus souhaité par la Commission des Restaurants agréés.

De nombreux gestionnaires estiment que la vision d'ensemble est plus importante que les petits détails. Cependant, sans vouloir opposer les deux, de nombreux spécialistes du marketing vous diront que ce sont les petits détails qui comptent le plus dans la notoriété d'un restaurant quel qu'il soit.

En 45 secondes, vous allez visionner la campagne Du poulet moins cher ? Mais à quel prix ? faite aux divers restaurants. Elle suit également la logique des objectifs fixés en collectivité.

Merci chères restauratrices et chers restaurateurs pour vos efforts et votre implication au quotidien, vous êtes plus qu'un détail pour moi, des vrais passionnés.

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit

Merci pour votre écoute