

Les interventions lors du Webinaire Terroir Fribourg du 1^{er} juillet 2026

Sur le thème de l'étude « Valeur ajoutée des produits régionaux certifiés dans le canton de Fribourg » *

Nicolas Schmoutz, Maître fromager à Mézières, a expliqué que son engagement dans la certification est avant tout motivé par la volonté de valoriser les circuits courts, le terroir fribourgeois et la diversification. Développer un produit certifié représente un véritable défi qui mobilise l'ensemble de l'entreprise, de la conception à la commercialisation, tout en stimulant les équipes de production et en enrichissant la formation des apprentis grâce à de nouvelles techniques et savoir-faire.

Selon lui, la certification apporte avant tout de la visibilité et de la notoriété. Grâce à Terroir Fribourg, les produits bénéficient d'une meilleure promotion, d'une image régionale forte et de nouvelles opportunités commerciales. Elle favorise également les collaborations entre producteurs certifiés et avec les filières AOP, créant un véritable écosystème où chacun valorise les produits des autres.



Les produits certifiés représentent aujourd'hui environ 8,5 % du chiffre d'affaires de son entreprise, chiffre qui ne comprend pas les AOP. Leur développement demande du temps et des investissements, qui sont valorisés par la suite. Libre à chacun de répercuter cela sur les prix, mais ce ne fut pas son cas. En revanche, cela contribue à maintenir les volumes de vente et à ouvrir de nouveaux débouchés. Les ventes sont réalisées principalement dans le commerce de détail (80 %), puis en vente directe, dans l'hôtellerie-restauration et la transformation.

La certification implique de répondre à des exigences en matière de proximité des ingrédients, de qualité, de traçabilité, d'étiquetage et de rentabilité. Nicolas Schmoutz juge toutefois la charge administrative raisonnable grâce à la plateforme eDirekt.

Pour lui, la principale valeur ajoutée reste non monétaire : elle renforce l'identité de l'entreprise, la fierté de produire localement et la dynamique collective entre producteurs. Il souhaite enfin développer la communication sur l'origine des produits, notamment grâce à des QR codes permettant de présenter les producteurs et leur travail, afin de renforcer le lien entre consommateurs, terroir et filière régionale.



Francis Egger, ancien vice-directeur de l'Union suisse des paysans et actuel président de l'AOP Cuchale, a salué les résultats de l'étude, qui confirment les objectifs poursuivis dès la création de l'association : renforcer l'identification régionale des produits, développer un réseau entre les acteurs de la filière et accroître la confiance des consommateurs. Il a souligné la richesse des échanges entre producteurs, transformateurs, commerçants et restaurateurs, estimant que cette coopération constitue une véritable création de valeur.

Selon lui, cette valeur est à la fois économique et non monétaire. Si les effets sur les volumes de vente, les prix ou le marketing collectif sont mesurables, l'image positive, la notoriété et la confiance

générées par la démarche ont également un impact déterminant, bien que plus difficile à quantifier. Il a rappelé que les AOP fribourgeoises illustrent parfaitement cette plus-value, tout en soulignant l'importance de préserver un pouvoir de décision local afin de renforcer la stabilité des filières.

Francis Egger a particulièrement insisté sur la nécessité de maintenir le lien entre le produit fini et son origine agricole. Face à l'industrialisation, il estime essentiel que les consommateurs puissent identifier les producteurs et les territoires à l'origine des produits, afin de préserver leur attachement à une agriculture locale. Il a notamment soutenu l'idée de développer des outils tels que des QR codes pour renforcer cette traçabilité.

En conclusion, il considère cette étude comme une base de travail qui confirme la pertinence de la démarche. Il encourage le comité à poursuivre les efforts de communication, à mieux expliquer la valeur créée par l'association et à renforcer encore la visibilité des producteurs, afin de consolider l'identité régionale et le lien entre consommateurs, produits et agriculture.



Urs Zaugg, conseiller scientifique auprès de la DIAF, a rappelé que la création de valeur constitue un enjeu central pour les entreprises agricoles et que la différenciation par les produits régionaux certifiés représente un levier important. Il a expliqué que l'Etat a financé cette étude afin de combler un manque de connaissances sur les retombées économiques et immatérielles de ces produits. Alors que plusieurs travaux existaient déjà sur les AOP ou les produits biologiques, aucune analyse globale n'avait encore été réalisée sur les produits régionaux certifiés.

Il a relevé que cette étude a déjà trouvé un écho au niveau fédéral. Le postulat du conseiller national Jacques Nicolet accepté par le Parlement, s'appuie notamment sur ses résultats, en particulier sur la plus-value moyenne de 15 % observée pour les produits certifiés. Cette démarche ouvre la voie à une analyse nationale des effets de

la certification et permettra d'évaluer les retombées des moyens investis par la Confédération dans la promotion des ventes.

Selon Urs Zaugg, cette première étude constitue une étape essentielle vers davantage de transparence. Elle fournira aux organisations professionnelles, aux pouvoirs publics et aux acteurs des filières des bases solides pour orienter leurs décisions. Il a ainsi appelé le comité directeur de Terroir Fribourg, ainsi que les organisations regio.garantie Romandie et Suisse, à intégrer pleinement ces résultats dans leurs réflexions stratégiques. Il a également exprimé le souhait que la Confédération poursuive cette démarche à l'échelle nationale.

En conclusion, il a souligné que les produits régionaux certifiés constituent un complément aux autres labels de qualité et offrent un véritable potentiel de diversification pour certaines exploitations. L'Etat de Fribourg considère que ces certifications contribuent à la création de valeur, renforcent la confiance des consommateurs et soutiennent le développement durable des filières agroalimentaires.

* étude réalisée de mai à décembre 2025 par AGRIDEA, BFH-HAFL et htp de St-Gall, sur mandat de la DIAF