

Coire, le 19 janvier 2021

Rapport annuel 2021

2021 a été une année productive pour l'Association suisse des produits régionaux, malgré le fait que seuls quelques rencontres se sont tenues physiquement cette année encore.

Les travaux préparatoires ayant été réalisés au cours des années précédentes, d'importants projets ont pu être menés à bien en 2021 : La première enquête nationale sur les chiffres clés du marché a été réalisée. Une modification des statuts visant à permettre l'introduction d'une présidence externe a été adoptée à l'unanimité et l'élection a pu avoir lieu. Enfin, la discussion sur une stratégie globale a été lancée en 2021 avec la participation active des organisations membres.

Dans le cadre du travail sur les directives, l'accent a été mis sur la vérification et la précision des critères d'évaluation des étapes de transformation en dehors de la région pour la viande et les produits carnés. Après plusieurs années de travail préparatoire, les directives relatives aux produits cosmétiques et aux produits chocolatés contenant des ingrédients régionaux ont pu être adoptées.

Activité générale de l'association

Premiers résultats de l'enquête nationale sur les chiffres clés du marché.

Le projet lancé en 2019 porte ses fruits. Pour la première fois, des chiffres issus de l'enquête sur les chiffres clés du marché des organisations membres sont disponibles. Au milieu de l'année 2021, les données agrégées ont pu être transmises à l'OFAG.

Les chiffres d'affaires confirment les estimations et les enquêtes réalisées jusqu'à présent, à savoir qu'un volume d'affaires d'environ 1,7 milliard de francs suisses est généré au niveau des preneurs de licence. Au niveau du consommateur final, cela correspond à un chiffre d'affaires d'un peu plus de 2 milliards de CHF, généré dans toute la Suisse par les produits certifiés regio.garantie. Cette évaluation sera désormais effectuée chaque année. Pour 2022, l'objectif est d'augmenter le taux de réponse ainsi que les données sur les chiffres d'affaires par canal de distribution, de saisir les quantités de production sur l'ensemble du territoire et d'harmoniser la validation des données. Un guide pour recenser les prix à la production agricole est en cours d'élaboration.

Modification des statuts et élection d'une présidence externe

Depuis la création de l'association en 2015, la présidence était assurée par rotation annuelle par les quatre organisations membres. Afin que l'association puisse être dirigée à l'avenir par une présidence indépendante et neutre, une modification des statuts a été décidée au printemps 2021 par les organisations membres. Il a été possible de trouver un dirigeant expérimenté et un excellent connaisseur de la branche, en la personne de Manfred Bötsch qui démarrera sa mission en 2022.

Stratégie

Après les étapes importantes de 2015 avec la mise en œuvre de l'harmonisation nationale et en 2017 avec l'introduction du label de qualité regio.garantie plusieurs questions restent en suspens concernant l'orientation stratégique future, tant en ce qui concerne les directives que le positionnement de l'association dans son ensemble.

En 2021, une première étape de clarification concernant l'orientation des directives a pu être réalisée. Un atelier sur le thème de la durabilité a été organisé au printemps. Le premier résultat des discussions est la réintroduction de l'exigence de base PER pour les ingrédients agricoles au 1.1.2023. La discussion sur la représentation de la durabilité globale au sein des directives pour les marques régionales doit être poursuivie et achevée en 2022.

Etant donné qu'aucune mesure de marketing commune n'a été prise jusqu'à présent au niveau de l'Association suisse des produits régionaux, les membres se sont mis d'accord pour élaborer en 2022 une stratégie de communication pour une future communication de base commune pour regio.garantie. L'objectif est de renforcer la confiance et de promouvoir la notoriété du label de qualité.

Partenariats Représentation d'intérêts

La composition des organisations au sein des comités n'a pas changé. L'OFEV pour le label des parcs, Migros pour le label « De la région » et « Nostrani del Ticino » ainsi que Bio Suisse pour les produits régionaux certifiés bio bourgeon continuent à siéger dans la commission nationale des directives. Les intérêts de la protection des consommateurs sont représentés par la FRC au sein de la Commission des marques et de la Commission nationale des directives. L'OFAG siège dans la commission des marques.

2. Travail sur les directives et commissions

Évaluation des étapes de transformation en dehors de la région pour la viande et les produits carnés

Pour la première fois, un groupe d'experts a été mis en place pour élaborer une thématique spécifique. Il s'agit de savoir comment traiter à l'avenir les demandes de réalisation d'étapes de préparation et de transformation de la viande en dehors de la région. Dans un contexte où la tendance à la concentration des structures d'abattage et de transformation de la viande est élevée et où, parallèlement, de petites structures décentralisées sont créées, il est nécessaire de disposer de bases permettant une évaluation uniforme. Il est également nécessaire de répondre à la question de savoir si, du point de vue des différents groupes d'intérêts (production, protection des animaux, transformation, commerce, consommateurs), des exceptions doivent encore être accordées pour les produits régionaux. L'objectif était d'élaborer des propositions consolidées à l'attention de la commission nationale des directives. Sur la base des recommandations du groupe de travail, une nouvelle réglementation basée sur une évaluation qualitative structurée et un calcul simplifié de la valeur ajoutée a finalement été adoptée. L'objectif est de pouvoir l'appliquer à l'avenir à d'autres catégories de produits.

Chocolats et produits cosmétiques à base d'ingrédients régionaux

Les directives pour les marques régionales promettent 100% (monoproduits) ou 80% (produits composés) d'ingrédients provenant de la région. Pour les deux groupes de produits, cette exigence est difficile à atteindre. Néanmoins, il existe un fort besoin de distinguer ces deux catégories de produits par la marque régionale. Ceci parce que les produits concernés sont souvent composés d'ingrédients caractéristiques de la région, dont la mise en valeur permet de générer une forte valeur ajoutée. Enfin, la commission nationale des directives a adopté une nouvelle directive spécifique pour les produits chocolatés et cosmétiques. Les conditions préalables sont une communication de la marque régionale et de regio.garantie limitée à la composante régionale caractéristique, le respect d'exigences

supplémentaires pour les autres ingrédients et un processus de fabrication complet au sein de la région. Une extension future du champ d'application n'est explicitement pas prévue.

Autres changements importants au sein des directives pour les marques régionales :

- Diverses précisions concernant l'octroi de dérogations : Fixation d'une durée maximale dans le temps, réglementation en cas de difficultés de traitement à court terme, garantie de la transparence concernant les exceptions accordées.
- Mise à jour de la liste des ingrédients importés autorisés : L'approvisionnement alternatif d'origine suisse est encore encouragé par la nouvelle obligation d'indiquer la quantité et les qualités utilisées pour les ingrédients importés qui peuvent potentiellement être obtenus en Suisse.
- Durée de détention pour les animaux de boucherie à l'intérieur de la région : création de la possibilité pour le propriétaire de la marque régionale d'autoriser l'alpage en dehors de la région en cas de manque avéré de capacités, à condition de respecter la durée minimale de détention à l'intérieur de la région avant/après l'alpage.
- Boissons : précision des exigences relatives au lieu d'embouteillage et à l'origine de l'eau dans les différentes catégories de boissons contenant de l'eau (schorle, bière, sirop, etc.)
- Horticulture : Interdiction de vendre des plantes invasives avec la marque régionale

Ratification et application des directives pour les marques régionales

Les directives pour les marques régionales avec entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2022 ont été adoptées par la commission nationale des directives (cnld) le 23 septembre 2021.

Fin décembre 2021, toutes les marques régionales affiliées aux organisations suprarégionales ont formellement ratifié les parties des directives qu'elles appliquent. En outre, les marques régionales des cantons de Genève et du Valais assurent l'équivalence de leurs propres règlements avec les directives pour marques régionales par le biais du "document de base".

Les organisations utilisatrices suivantes ont ratifié les directives à la fin décembre : Migros avec 8 coopératives pour les produits « de la région », l'OFEV avec les parcs naturels régionaux qui labellisent les produits selon le label des parcs suisses, Bio Suisse pour les produits régionaux certifiés Bio Bourgeon.

Personnel, commissions

Composition au 31.12.2021

Comité

Organisation	Représentant(e)
Culinarium	Urs Bolliger
«Das Beste der Region »	Yvonne Schönthal
Pays romand - Pays gourmand	Francesca Martini
alpinavera	Jasmine Said Bucher
Président* :	Jasmine Said Bucher
Vice-président*.	Urs Bolliger

Commission nationale des lignes directrices

Organisation	Représentant(e)
Culinarium	Urs Bolliger, Werner Küttel
«Das Beste der Region »	Yvonne Schönthal, Franziska König
Pays romand - Pays gourmand	Francesca Martini, Eliane Pinard
alpinavera	Jasmine Said Bucher (direction), Ann-Marie Lanfranchi
Fédération romande des consommateurs	à partir du 1.3.: Barbara Pfenniger, jusqu'au 28.2: Dana Raemy
Migros	Erika Piller, Coopérative Migros Zurich Katrin Messerli, Coopérative Migros Suisse orientale Cristina Grossi, Coopérative Migros Tessin
OFEV	Dominique Weissen, Réseau des parcs suisses
Bio Suisse	François Margot, Parc régional Gruyères - Pays d'Enhaut Simone Hartong Sabine Würth

Commission des marques

Organisation	Représentant(e)
Culinarium	Werner Küttel
«Das Beste der Region »	Franziska König (direction), Yvonne Schönthal
Pays romand - Pays gourmand	Francesca Martini, Eliane Pinard
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
Fédération romande des consommateurs	à partir du 1.3. : Barbara Pfenniger, jusqu'au 28.2.: Dana Raemy
Office fédéral de l'agriculture	Martina De Paola

Secrétariat

Maria Sutter, 60 %