

RAPPORT DU CONSEIL D'ETAT AU GRAND CONSEIL
sur le Postulat Pierre-Alain Urfer et consorts –
Une identité commune forte pour les produits du terroir vaudois (16_POS_202)

Rappel du postulat

Le canton de Vaud a le privilège d'avoir une gamme complète de produits du terroir. Avec nos appellations d'origine protégée (AOP) et spécificités fromagères, nos viandes et produits de charcuterie, nos fruits et légumes, nos vins ainsi que les produits du lac et nombreuses autres spécialités, nous pouvons nous targuer d'avoir une production d'exception. Cela notamment grâce au soutien du Conseil d'Etat. Mais l'identité commune vaudoise est-elle assez présente ?

Nous croyons savoir que le Département de l'économie et du sport travaille sur cette problématique et sur l'élaboration d'une identité commune pour les produits du terroir vaudois.

Dès lors, nous nous permettons de déposer le présent postulat demandant un rapport sur l'état de la situation pour l'agriculture vaudoise.

Il conviendrait également que le Conseil d'Etat profite de ce postulat pour répondre aux questions connexes suivantes :

- 1. Serait-il possible d'avoir une identité visuelle forte pour l'entier des produits du terroir vaudois*
- 2. N'est-il pas envisageable de fédérer les marques et concepts existants dans le canton sous une même bannière et gagner en notoriété*
- 3. Une signature vaudoise forte ne pourrait-elle pas générer une meilleure valeur ajoutée aux producteurs*
- 4. Le consommateur ne serait-il pas gagnant avec une identification claire et une meilleure traçabilité de la production vaudoise ?*

Renvoi à une commission avec au moins 20 signatures.

*(Signé) Pierre-Alain Urfer
et 30 cosignataires*

Rapport du Conseil d'État

1. INTRODUCTION

Le présent postulat a été déposé en 2016 et demande d'établir une identité visuelle forte pour les produits du terroir vaudois. Il a été transmis au Conseil d'Etat en décembre 2017. En raison toutefois de réflexions et travaux visant à établir et créer une marque territoriale forte visant à promouvoir le Canton de Vaud, il a été jugé préférable de ne pas répondre immédiatement audit postulat. L'Association Vaud Promotion étant désormais bien établie et la promotion des produits du terroir pleinement de sa compétence, le Conseil d'Etat est en mesure de répondre au postulat.

1.1 Historique de la marque VAUD+

Début 2021, l'Association Vaud Promotion a été créée. Cette association a pour objectif d'assurer une promotion multisectorielle du Canton de Vaud. Elle tend à fédérer les acteurs vaudois du monde économique, académique, touristique, culturel, sportif, gastronomique et issus du terroir vaudois.

Vaud Promotion s'emploie à développer la marque territoriale VAUD+ et a repris les missions qui étaient, jusqu'à fin 2020, dévolues à l'Office du tourisme du canton de Vaud, à l'Association Vaud Terroirs¹ et à Terre Vaudoise (filiale de Prométerre).

1.2 Label VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI

Le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » fait partie intégrante de la marque « VAUD+ » et constitue une véritable garantie de provenance pour les produits du terroir. En effet, il vise à soutenir le savoir-faire de l'agriculture et des entreprises vaudoise et garantit aux consommateurs la proximité, la diversité, l'authenticité, la traçabilité et la qualité des produits vaudois.

Ce nouveau label remplace désormais le label « Terre Vaudoise » qui existait en 2017 et inclut les produits du label « Pays d'Enhaut Produits Authentiques ». Il crée une uniformité avec la nouvelle marque cantonale multisectorielle « VAUD+ » grâce à des codes visuels spécifiques.

Le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » permet également d'enrayer la confusion qui existait entre le label « Terre Vaudoise » et le magasin du même nom. Les produits certifiés « Terre Vaudoise » ont eu l'opportunité de rejoindre le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI ».

Le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » se base sur les directives nationales édictées par l'Association suisse des produits régionaux (label national « regio.garantie »). La certification est accordée après un contrôle effectué par l'organisme intercantonal de certification (OIC) et doit être renouvelée à intervalles réguliers. Pour le moment, les frais liés à la première certification sont pris en charge par la promotion du label.

En 2021 – 2022 et en attendant que la structure de Vaud Promotion puisse pleinement prendre en charge la promotion des produits du terroir, l'État avait confié à Prométerre un mandat intermédiaire pour la gestion du « Bureau de promotion des produits du terroir vaudois ». Ce bureau a été entièrement intégré à Vaud Promotion en janvier 2023. A ce jour, ce bureau spécifique assure la certification, la promotion et le développement de nouveaux marchés pour les produits labellisés « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI ».

1.3 Principales réalisations du « bureau de promotion des produits du terroir vaudois »

Depuis l'année 2021 le bureau de promotion des produits du terroir vaudois, d'abord géré par Prométerre puis intégré à Vaud Promotion a accompli un grand nombre de tâches au profit des produits du terroir vaudois.

¹ *Association regroupant : le Gruyère AOP, la coopérative de l'Etivaz AOP, l'interprofession du Vacherin Mont d'Or AOP, l'Association de la charcuterie vaudoise IGP, OPU Le Maréchal, La fromagerie la Fleurette, Terre Vaudoise, Pays d'Enhaut produits authentiques, association des boulangers pâtisseries confiseurs, association des paysannes vaudoises, la Fédération vaudoise des apiculteurs, l'OVV, l'OTV, Prolait, Prométerre.

Sans être exhaustif, les points ci-dessous résument la majeure partie de ce qui a été effectué durant ces deux dernières années :

- Accompagnement d'environ une centaine de producteurs/transformateurs ayant des produits sous le label « Terre Vaudoise » dans la transition vers le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI ».
- Certification de nouveaux produits et intégration de nouveaux producteurs/transformateurs (2022 : 160 producteurs/transformateurs et 1'600 produits certifiés).
- Mise en service d'un outil de gestion commun (E-direkt) avec la promotion romande (Pays Romand – Pays Gourmand - PRPG), qui permet la centralisation et le recensement de tous les produits romands respectant les directives de l'Association suisse des produits régionaux. L'outil de gestion permet également aux producteurs/transformateurs de remplir un formulaire d'inscription s'ils souhaitent certifier leurs produits.
- Création d'un site internet dédié à la présentation du label, recensant tous les produits sous le label (grâce à l'outil E-direkt), dans le but de rendre les informations sur les produits plus accessibles pour les consommateurs et les professionnels. Ce site internet n'est pas un site de vente des produits sous label.
- Organisation d'événements de réseautage pour la communauté.
- Organisation/participation à divers événements mettant en exergue les produits certifiés tels que Goûts & Terroirs, Bô Noël Lausanne, Montreux Noël, Caves Ouvertes, etc.
- Accompagnement dans la mise en place d'événements promotionnels valorisant les filières (p. ex. Ballenberg).
- Participation au développement de la promotion vaudoise, romande et nationale des produits agricoles (label regio.garantie).
- Réalisation d'une première étude de notoriété du label en 2022 qui montre une progression entre 2021 et 2022 de la connaissance de la marque « VAUD+ » et du label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » dans un échantillon de population de 17 à 79 ans.
- Mise en avant digitale des produits via les comptes Facebook et Instagram.
- Création d'opportunités commerciales pour les preneurs de licence grâce à la mise en place de partenariats : épiceries, grossistes, boutiques en ligne.
- Création et lancement des distributeurs « VAUD+ » et leur évolution au niveau national avec les distributeurs EnjoyLocal.
- Accroissement de la notoriété du label via la première phase de la campagne "Local par amour" (affiches, habillage de bus, spots radio, épicerie mobile).
- Mise en place d'un partenariat avec le Bureau de la durabilité du Canton de Vaud, désormais l'Office cantonal pour la durabilité et le climat (OCDC). Le rôle du bureau des produits d'ici dans cette collaboration est de soutenir l'OCDC dans la mise en œuvre de la stratégie alimentaire du canton de Vaud en ce qui concerne l'introduction de produits locaux dans la restauration collective. Une étude de marché sur les produits locaux et la restauration collective dans le Canton de Vaud a été mandatée.
- Mise en place d'une collaboration avec le Bureau, désormais l'Office cantonal pour la durabilité et le climat (OCDC) pour introduire des critères de durabilité pour les entreprises de transformation de produits régionaux labellisés.

2. RÉPONSE AUX QUESTIONS

Bien que les quatre questions connexes aient été posées en 2016 et que le contexte ait évolué depuis, une réponse la plus complète possible est proposée pour chacune d'entre elles.

2.1 Serait-il possible d'avoir une identité visuelle forte pour l'entier des produits du terroir vaudois ?

Une identité visuelle forte pour les produits du terroir vaudois a été développée. Le but de la mise en place de cette identité visuelle forte est d'améliorer la situation commerciale de plusieurs façons par rapport à ce qui prévalait en 2016, date de dépôt du présent postulat.

Dans un premier temps, cette identité devrait contribuer à renforcer la notoriété des produits du terroir vaudois auprès des consommateurs, avec comme conséquence envisagée d'augmenter leur demande.

Ensuite, elle devrait permettre d'aider à différencier les produits du terroir vaudois de la concurrence, en mettant en avant leur qualité, leur authenticité et leur origine locale par le biais d'un label unique.

Une marque reconnue et suffisamment présente sur le marché devrait également aider les producteurs à mieux valoriser leurs produits tant au niveau qualitatif que financier.

Finalement, une identité visuelle forte pour les produits du terroir vaudois doit contribuer à renforcer l'image de la région vaudoise en général, ce qui pourrait attirer davantage de touristes intéressés par les produits du terroir et inciter plus d'actes d'achat.

2.2 N'est-il pas envisageable de fédérer les marques et concepts existants dans le canton sous une même bannière et gagner en notoriété ?

Dès les prémices de la réflexion concernant la mise en place d'une identité visuelle forte dans le contexte cantonal vaudois, il est apparu qu'une stratégie de communication et de promotion efficace se devait d'impliquer tous les acteurs du secteur des produits du terroir vaudois, des producteurs aux distributeurs en passant par les associations de promotion et les offices de tourisme.

Comme mentionné au point 1.1, c'est dans cet esprit que l'association Vaud Promotion a été créée. Ainsi Vaud Promotion a repris les missions qui étaient dévolues à l'Office du tourisme du canton de Vaud, à l'association Vaud Terroirs et à Terre Vaudoise (filiale de Prométerre) pour la partie concernant le label.

Afin de mesurer le travail fédérateur entrepris sous la bannière de Vaud Promotion pour les produits du terroir en particulier, il est rappelé ici que l'association Vaud Terroirs qui existait en 2016 regroupait les acteurs suivants autour d'activités promotionnelles : le Gruyère AOP, la coopérative de l'Etivaz AOP, l'interprofession du Vacherin Mont d'Or AOP, l'association de la charcuterie vaudoise IGP, OPU Le Maréchal, la fromagerie La Fleurette, Terre Vaudoise, Pays d'Enhaut produits authentiques, l'association des boulangers pâtisseries confiseurs, l'association des paysannes vaudoises, la Fédération vaudoise des apiculteurs, l'Office des Vins Vaudois (OVV), l'Office du Tourisme Vaudois (OTV), Prolait et Prométerre.

Ainsi, la nouvelle bannière créée pour les produits du terroirs vaudois via le label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » joue le rôle fédérateur escompté.

2.3 Une signature vaudoise forte ne pourrait-elle pas générer une meilleure valeur ajoutée aux producteurs ?

À ce jour, les données en lien avec la valeur ajoutée de la marque « VAUD+ » et du label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » ne sont pas disponibles. De plus, il n'existe pas de données répertoriées sur l'état de la situation avant la création de la marque « VAUD+ », à savoir des données en lien avec le taux de pénétration du marché et la valeur ajoutée des produits anciennement répertoriés « Vaud Terroirs ».

Cependant, les exemples comme celui de la marque « Valais », montrent que l'impact d'une marque sur les ventes de produits du terroir dépend de plusieurs facteurs, tels que la notoriété de la marque, la qualité des produits, le positionnement marketing, la concurrence, les tendances de consommation et les conditions économiques des consommateurs.

Une combinaison positive de ces différents facteurs est à même d'accroître les ventes, que ce soit en termes de volume ou de gamme de prix. Dès lors, il est effectivement raisonnable de considérer qu'une signature vaudoise forte devrait être en mesure de générer une meilleure valeur ajoutée aux producteurs. Toutefois, il ne faut pas négliger les coûts d'investissement nécessaire pour les producteurs afin d'être en conformité avec le cahier des charges qui assure la qualité du label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI ».

2.4 Le consommateur ne serait-il pas gagnant avec une identification claire et une meilleure traçabilité de la production vaudoise ?

L'identité visuelle est un élément clé de toute stratégie de marketing, et cela est particulièrement vrai pour les produits du terroir vaudois. En effet, une identité visuelle forte peut aider à différencier les produits des concurrents, à renforcer leur image de marque et à augmenter leur visibilité.

L'un des principaux avantages d'une identité visuelle forte pour les producteurs et pour les consommateurs est la différenciation des produits. Dans un marché concurrentiel, les produits doivent être facilement identifiables pour que les consommateurs puissent les distinguer des produits concurrents. Une identité visuelle forte peut aider les produits du terroir vaudois à se démarquer en utilisant des couleurs, des formes et des éléments graphiques uniques.

Cette identité sert directement à communiquer les valeurs de la marque, telles que l'authenticité, la qualité, la provenance et la tradition. Les consommateurs sont souvent attirés par les produits qui reflètent leurs valeurs, et une identité visuelle peut assurément aider à établir cette connexion.

Dès lors, il est évident que le consommateur devrait être gagnant avec une identification claire de la production vaudoise. Ainsi, les consommateurs à la recherche de produits locaux, de saison et du terroir pourront compter sur un label fédérateur de référence.

Le label régional « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI », accrédité par l'Organisme Intercantonal de Certification (OIC), garantit aux consommateurs la proximité, l'authenticité, la traçabilité et la qualité des produits vaudois.

Pour les produits non-composés, le label garantit que 100 % de la matière première agricole est vaudoise ; pour les produits composés, le label garantit qu'au minimum 80 % de la matière première agricole est vaudoise avec au maximum 20 % de matière agricole suisse. Enfin, pour les produits transformés, le label garantit qu'au minimum 66 % de la valeur ajoutée est générée dans le Canton de Vaud.

3. CONCLUSION

Depuis 2021, l'Association Vaud Promotion a pour but d'accroître la notoriété, la compétitivité et l'attractivité du Canton de Vaud au moyen, notamment, de la marque cantonale « VAUD+ ».

Elle entend réaliser son but en collaboration avec les acteurs économiques, les régions et les institutions participant à la promotion du Canton de Vaud, à travers les activités, les produits et les services, qu'ils soient économiques, académiques, touristiques, culturels, sportifs, gastronomiques ou issus du terroir vaudois.

En ce qui concerne la promotion des produits agricoles du canton de Vaud, la marque « VAUD+ » soutient le savoir-faire de l'agriculture et des entreprises vaudoises au travers de son label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI ».

Le choix, la validation et la mise en place d'indicateurs permettant de suivre l'évolution de la marque « VAUD+ » et du label « VAUD+ CERTIFIÉ D'ICI » à l'avenir est en cours. Ainsi, à terme, Vaud Promotion disposera de tous les outils nécessaires à la conduite de la marque et du label pour les années futures.

Ainsi adopté, en séance du Conseil d'État, à Lausanne, le 6 septembre 2023.

La présidente :

C. Luisier Brodard

Le chancelier a.i. :

F. Vodoz