

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 nombres 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 !