

**PRODUITS RÉGIONAUX** Le programme «Du champ à l'assiette» de la Fondation rurale interjurassienne est une réussite

# Un vaste projet terroir qui porte ses fruits

CATHERINE BÜRKI

Olivier Girardin, directeur de la Fondation rurale interjurassienne (FRI), avait le sourire hier. Et une bonne nouvelle à annoncer. Après quatre années de labeur, le vaste projet intercantonal «Du champ à l'assiette», piloté par sa fondation et bénéficiant du soutien des cantons du Jura, de Berne et de la Confédération, arrive aujourd'hui à bout touchant. Et les résultats sont au rendez-vous.

Selon le directeur, le programme a en effet pleinement rempli sa mission. A savoir promouvoir les produits bénéficiant des labels régionaux «Spécialité du Canton du Jura» et «Jura bernois produits du terroir», et ainsi développer l'activité économique des filières alimentaires du Jura et du Jura bernois. «Grâce aux outils mis en place dans ce cadre, nous sommes parvenus à renforcer la visibilité et la qualité de nos produits», s'est-il réjoui. «De ce fait, nous contribuons à apporter de la valeur ajoutée dans notre région, ce qui est le but final du projet.»

## Fédérer pour être plus fort

Hier, à l'occasion d'une conférence de presse, la FRI a dressé un bilan des outils mis en place et des avancées enregistrées grâce au projet en question. Entre la réalisation de huit filières de producteurs, l'engagement d'un professionnel chargé de la commercialisation des produits, l'élaboration d'une association de producteurs, la création d'une plateforme de vente en ligne ([www.en-gros.ch](http://www.en-gros.ch)) ou encore l'élaboration d'une charte d'intégration de denrées du terroir

pour les restaurants, la fondation n'a alors pas chômé ces quatre dernières années. «Par le biais de ces outils, nous cherchions avant tout à fédérer les différents acteurs qui participent à l'élaboration de nos produits régionaux», explique Lionel Gilliotte, responsable du projet au sein de la FRI.

Rassembler tous les maillons de la production locale, du producteur au distributeur en passant par le transformateur, est en effet la meilleure des manières de renforcer la filière denrée du terroir. «Cela permet de renforcer la qualité, d'être plus visible auprès des consommateurs et plus fort face à la concurrence», résume-t-il.

## Des retombées financières

Selon Olivier Girardin, les efforts consentis sont aujourd'hui payants. Des retombées positives ont en effet été enregistrées depuis le début du projet en 2012. A ce titre, le directeur, ne manque pas de pointer du doigt la bonne santé du secteur alimentaire régional. Alors que l'abandon du taux plancher en 2015 a induit un tourisme alimentaire néfaste à la grande distribution, force est selon lui de constater que le segment des «produits locaux» n'a pas été touché. «Ceux-ci ne sont en effet pas substituables. Le consommateur a semble-t-il par ailleurs un certain sens de l'éthique et fait preuve de fidélité envers la région», se félicite-t-il.

Au niveau des chiffres, les données récoltées entre le début et la fin 2015 sont par ailleurs des plus réjouissantes. Quelque 57 nouveaux produits labellisés ont été enregistrés (668 au total, dont 258 pour le Jura bernois) dans le courant de l'année, et 15 nouveaux producteurs ont adhéré aux deux



Les responsables de la FRI ainsi que de nombreux producteurs impliqués sont venus assister au bilan du projet «Du champ à l'assiette» hier. C.BÜRKI

labels régionaux (131 au total, 37 dans le Jura bernois). Mais surtout, le chiffre d'affaires issu de la vente de denrées labellisées a atteint un montant record de 101 millions de francs en 2015 (selon l'observatoire FRI), soit une hausse de 2,1% par rapport à 2014.

En tant que responsable du secteur Politique régionale et Tourisme pour le canton du Jura, Cédric Koller s'est naturellement réjoui de ces chiffres hier. Précisant que le projet «Du champ à l'assiette» s'inscrit dans le cadre de la Loi fédérale sur la politique régionale, il a souligné qu'il poursuit l'objectif global d'augmenter la compétitivité du canton. «En participant notamment à améliorer la distribution et la commercialisation des produits régionaux, il a contribué au maintien, voire à la création de bon nombre d'emplois», a-t-il applaudi. ◉

## Une nouvelle campagne s'ouvre

**BUDGET** Conduit par la FRI, le projet intercantonal «Du champ à l'assiette» a été réalisé dans le cadre de la Loi fédérale sur la politique régionale (LPR). D'un montant total de 675 000 fr, son budget a été financé par plusieurs partenaires. La Confédération a participé à hauteur de 225 000 fr, alors que les cantons de Berne et du Jura ont chacun versé 112 500 fr. Le reste a été pris en charge par la FRI et, pour une petite partie, par les producteurs et autres acteurs de la filière impliqués.

**RESTAURATION** Dans le cadre du projet, un accent important a été mis sur l'intégration des produits du terroir dans les restaurants privés et collectifs, tels que les cafétérias d'hôpital. A ce titre, l'Hôpital du Jura est notamment devenu un partenaire important, effectuant 40% de ses dépenses alimentaires chez les PME de la région. Une dépense qui se chiffre à environ un million de francs par an. «Dans la mesure du possible,

nous privilégions les produits de proximité. Nous avons à cœur de proposer des repas de qualité et de soutenir l'économie régionale», indique Kristian Schneider, directeur général de l'H-JU.

**ULTIME ÉTAPE** Enfin, soulignons que pour clôturer le projet «Du champ à l'assiette» la FRI a lancé hier une nouvelle campagne de communication. Intitulée «Nous travaillons avec les produits de notre région», elle a pour but d'encourager la population à consommer les denrées de notre terroir. Pour ce faire, 94 producteurs, commerçants ou encore restaurateurs ont accepté d'en faire la promotion, par le biais d'affiches notamment. Enfin, quatre familles de consommateurs du Jura et du Jura bernois ont été sélectionnées pour assumer un sympathique mandat. Celui de tester les mets proposés par les 94 établissements en question pour ensuite livrer leurs impressions à la population par le biais de la page Facebook Terroir juraregion. ◉ CBU