



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg

Hes-so

Haute École Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

STRATÉGIE 2023

FEUILLE DE ROUTE 2030

Version du 28.10.2019



Terroir

FRIBOURG



MATIÈRES PREMIÈRES
ROHSTOFFE



TRANSFORMATION
VERARBEITUNG



PRODUITS
PRODUKTE



- **Reconnaissance cantonale**
- **Identité graphique**
- **Site internet**
- **245 membres pour 142 points de vente**
- **Membre des réseaux :**
 - **Pays Romand - Pays Gourmand**
 - **Regio Garantie (ASPR)**
- **Ambassadeur reconnu : Alain Baechler**



Stratégie 2023

2019



Axe 1: Créer des synergies entre différents acteurs promotionnels

Axe 2: Segmentation: vers de nouveaux clients cible

Axe 3: Du producteur aux consommateurs ; tous ambassadeurs

Axe 4: Certifications, « Appellation d'Origine Protégée » et « Certifié Terroir Fribourg »

Axe 5: Valorisation du savoir-faire et des circuits courts



Terroir
FRIBOURG

Axe 1: Créer des synergies entre différents acteurs promotionnels





Axe 2: Segmentation: vers de nouveaux clients cible

Les publics cibles actuels

(15 - 25 / 26 – 40 / 41 – 50 / 51 - + / Institutionnel / Professionnel)

Population scolarisée

Silver Economy

Touristes



Terroir
FRIBOURG

Axe 3: Du producteur aux consommateurs ; tous ambassadeurs



**Producteurs de
matières premières**



**Transformateurs /
Cuisiniers**



Autres
(Influenceurs,
consommateurs, ...)



Terroir
FRIBOURG

Axe 4: Certifications, « Appellation d'Origine Protégée » et « Certifié Terroir Fribourg »





Terroir
FRIBOURG

Axe 5: Valorisation du savoir-faire et des circuits courts



Producteurs de
matières premières /
Transformateurs
«Savoir-faire»

Circuits
courts





Feuille de route 2030

Stratégie 2023

2019

OBJECTIFS

LES DÉFIS DE 1999 NE SONT PLUS LES MÊMES AUJOURD'HUI



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg



Terroir
FRIBOURG



le consommateur responsable



un manque de temps au quotidien



Effet de mondialisation et diversité

Comment changer ces défis en opportunités?

Comment adapter sa stratégie de manière efficace?



Terroir
FRIBOURG



18 - 35 ans

Haut potentiel,
communication à adapter,
stratégie digitale



La distribution

Praticité et accessibilité
des produits locaux



Définition du "Terroir"

Provenance matières premières

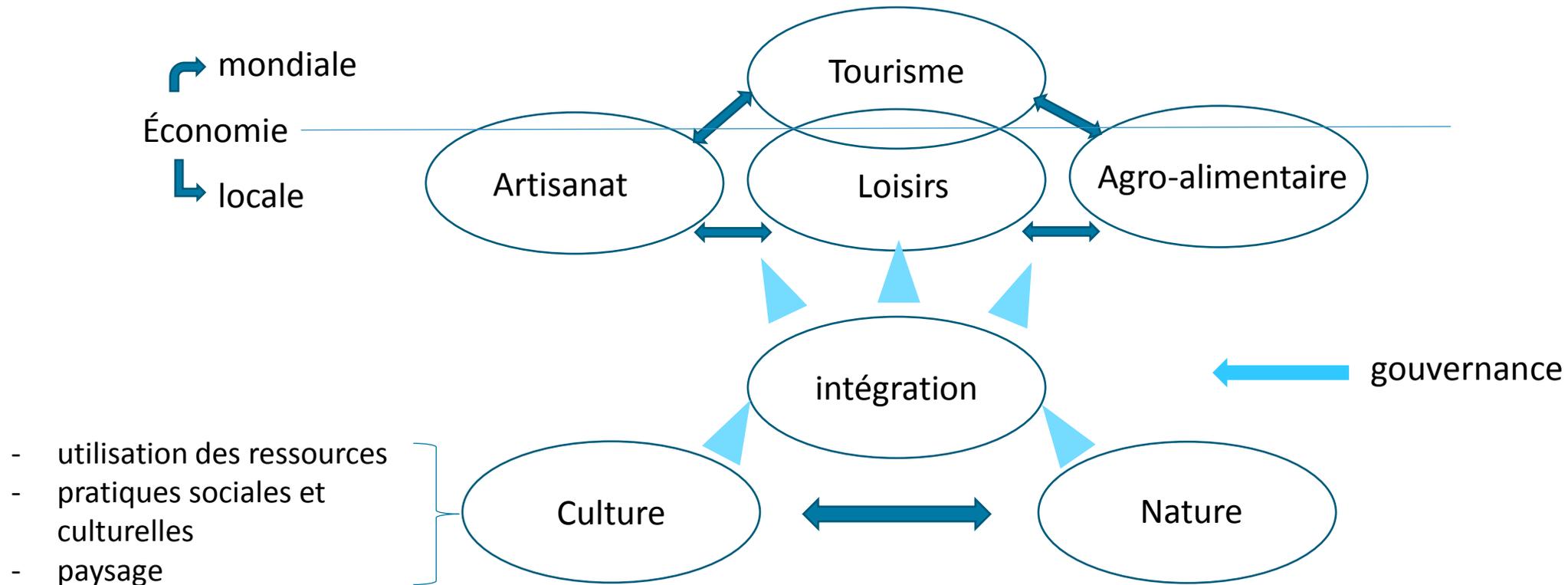
Savoir-faire

Tradition

Lieu de transformation



• Le lien entre terroir et tourisme



Source : Bérard, Marcheney, 1994

RÉFLEXION / PROPOSITION

STRUCTURE POTENTIELLE

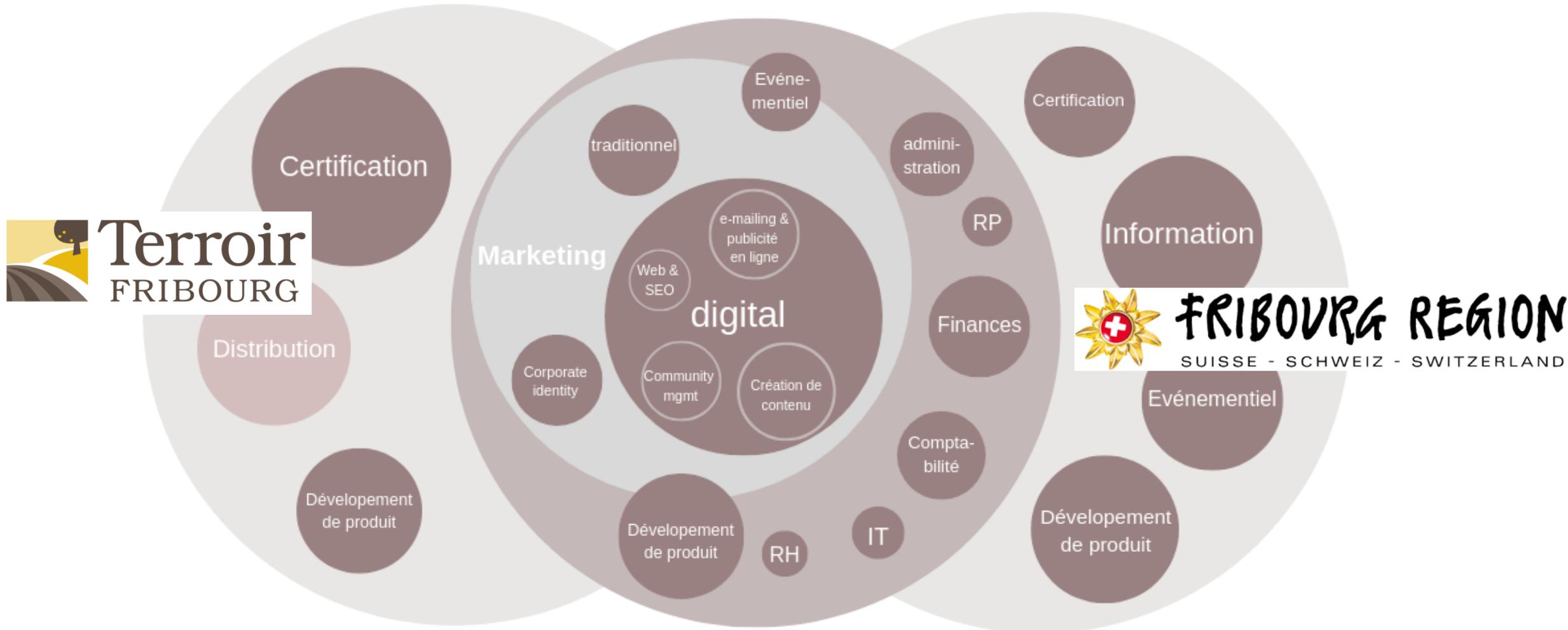


HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg



Terroir
FRIBOURG





Terroir
FRIBOURG



Gain de temps
Sur les tâches
administratives



**Professionnalisation
Marketing**
Spécialisation et
digitalisation,
optimisation des frais de
campagnes



**Développement de
produit**
Développement et
innovation



Terroir
FRIBOURG

- Similarités Valais et Fribourg
 - Démographie, Topographie, Produit intérieurs brut (PIB) Productions alimentaires

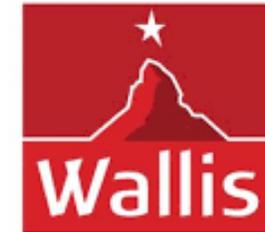


Terroir
FRIBOURG



FRIBOURG REGION

SUISSE - SCHWEIZ - SWITZERLAND



Wallis

Valais★Wallis PROMOTION



seisler.
swiss



FRIBOURG | FREIBURG

**LE BONHEUR EN PLUS
MACHT GLÜCKLICH**



Terroir
FRIBOURG

F: Terroir!
E: Terroir?
D: Terroir?





- Les enjeux auxquels devront faire face l'association Terroir Fribourg à l'avenir ne sont plus les mêmes qu'à sa création il y a 20 ans
- Terroir Fribourg représente toute la production agroalimentaire fribourgeoise (artisanale et industrielle)
- Potentiel de synergie en matière de communication avec d'autres organisations cantonales
- La consommation de produits locaux à le vent en poupe, il y a un réel potentiel de développer dans différents canaux