



Le projet de développement régional du Grand Entremont (VS) présente son logo lors de l'inauguration du salon Epicuria à Martigny

(23.11.2018/AR) - Porté par les agriculteurs, qui collaborent avec les communes, les milieux touristiques de la région et du Valais et les représentants politiques, le projet de développement régional (PDR) du Grand Entremont (VS) est entré dans sa phase de réalisation en janvier 2018 après 5 ans de préparation. Il était donc l'heure de lancer le logo qui contribuera à forger de manière durable son identité et à fédérer les protagonistes de cette grande aventure.

Les responsables du projet ont choisi de dévoiler leur marque, en avant-première, ce vendredi 23 novembre en fin d'après-midi, juste après l'inauguration officielle du nouveau salon dédié aux produits du terroir et vins valaisans, à l'artisanat local, à l'hôtellerie et à la restauration, Epicuria, qui se tient au CERM à Martigny jusqu'au 27 novembre.

Cette cérémonie a vu, entre autres, l'intervention du chef du service de l'agriculture valaisan Gérald Dayer et du président de l'APAGE (Association pour la promotion de l'agriculture du Grand Entremont), Meinrad Coppey. Le témoignage d'une productrice de plantes du Grand Entremont, Magaly Jacquemettaz, a permis au public de prendre la mesure de cette opération d'envergure destinée à mettre en valeur la production agricole de montagne de la région.

A l'occasion de cet événement, l'Agence AGIR a donné la parole à Martine Jaques-Dufour, coordinatrice et responsable marketing du PDR, afin qu'elle nous présente les grandes lignes de cette aventure collective.

Entretien avec Martine Jaques-Dufour

Martine Jaques-Dufour, quelles sont les activités et les caractéristiques du Grand Entremont?

Le Grand Entremont est formé de 7 communes que sont Bagnes, Bourg-St-Pierre, Bovernier, Liddes, Orsières, Sembrancher et Vollèges. On y compte une cinquantaine de villages et hameaux. Il forme une entité géographique bien délimitée avec trois vallées principales: le Val de Bagnes, le Val d'Entremont et le Val Ferret. Les trois Dranses de ces vallées se rejoignent à Sembrancher pour n'en former plus qu'une seule qui va se jeter dans le Rhône à Martigny. Les terres agricoles du Grand Entremont sont toutes en zone de montagne ou en région d'estivage. On dénombre près de 200 exploitations agricoles et une cinquantaine d'alpages que surplombent quelques sommets prestigieux comme le Grand Combin, le Dolent ou le Catogne. L'agriculture est orientée principalement sur la production laitière et la fabrication de près de 500 tonnes de Raclette du Valais AOP dans 6 fromageries et une douzaine d'alpages. On compte aussi de nombreuses autres spécialités fromagères au lait cru. Le Grand Entremont se caractérise également par une multitude de productions de niche comme la production de viande, de plantes aromatiques et médicinales, de miel, de raisins, de céréales et de fruits.

Pouvez-vous nous rappeler quelles sont les étapes importantes du projet de développement régional (PDR) du Grand Entremont?

Le PDR du Grand Entremont prévoit la réalisation d'un certain nombre d'infrastructures liées à l'agriculture et à l'agritourisme. Il a fallu 5 ans de préparation, d'ateliers avec les agriculteurs et la création de l'Association pour la promotion de l'agriculture du Grand Entremont (APAGE) pour qu'en automne 2017 soit accepté par le Grand Conseil valaisan puis par l'Office fédéral de l'agriculture cet important PDR pour la région. Le projet, qui durera 6 ans et qui dispose d'un crédit cadre de presque 14 millions, est entré dans sa phase de réalisation en janvier 2018. Il est porté par le

milieu agricole qui collabore avec les communes, les milieux touristiques de la région et du Valais pour développer des synergies entre le projet et les autres aspects de développement régional.

Depuis son lancement, le PDR du Grand Entremont a déjà rendu possible l'acquisition par la Ferme des Moulins à Sembrancher d'un char à fondue qui a permis à de très nombreux visiteurs de découvrir cet été la région et son agriculture sous un angle original. La Coopérative Valplantes a pour sa part débuté cet automne les travaux qui vont lui permettre de changer intégralement les installations de séchage des plantes aromatiques et médicinales de la région. Ces nouvelles installations seront opérationnelles dès le printemps prochain. Du côté d'Orsières, la société de laiterie se réjouit de commencer les travaux pour sa nouvelle fromagerie à l'entrée du village dès la fin de l'hiver.

Quels sont les projets d'avenir du Grand Entremont ?

Grâce à son PDR, le Grand Entremont permettra à ses apiculteurs de créer un centre d'extraction du miel et un rucher école pour mieux faire connaître les abeilles et leurs activités. Une nouvelle laiterie sera construite à Etiez-Vollèges, tandis que la laiterie de Liddes pourra bénéficier de rénovations bienvenues. La filière viande n'est pas oubliée puisque le PDR lui permettra d'installer soit deux locaux de découpe de viande, soit un nouvel abattoir commun aux trois vallées. Agriculteurs, communes et bouchers discutent actuellement du projet qui sera le plus pertinent pour la région. Du côté de l'agritourisme, quatre projets sont prévus, dont l'agrandissement du gîte de la Tsissettes dans la Combe de l'A. Le PDR tient également compte de ce qui existe déjà à l'image de la Corbeille d'Entremont qui a vu le jour il y a 20 ans.

Ces différents projets visent tous à valoriser les ressources agricoles mais ils ne seraient pas aboutis si une action plus spécifiquement liée à la promotion n'était pas prévue. Ce projet de promotion nous permet aujourd'hui de lancer un nouveau logo pour l'agriculture dans le Grand Entremont.

Pourquoi ce nouveau logo ? Et quelles sont ses caractéristiques ?

Comme vous l'avez compris, le PDR est composé d'une dizaine de projets qui visent l'amélioration des structures de production. Mais les agriculteurs ont très vite réalisé qu'il ne suffit pas de moderniser leurs infrastructures pour mieux vendre leurs produits. Encore faut-il pouvoir mieux les faire connaître et mieux les identifier. Un important volet du PDR concerne donc la promotion et le marketing qui doivent permettre une meilleure mise en valeur des produits agricoles en les regroupant sous une identité commune pour la région. De là est né le logo du Grand Entremont que nous dévoilons à l'occasion de la présence du PDR au salon Epicuria à Martigny.

Le point de départ pour créer le logo a été un atelier participatif organisé avec les membres agriculteurs de l'APAGE, les destinations touristiques, la Corbeille d'Entremont, la restauration, Valais-Wallis Promotion et le Service de l'agriculture pour définir les valeurs, les promesses, les points communs à mettre derrière un nouveau logo. De cet atelier, il est sorti que le Grand Entremont se caractérise du point de vue géographique par trois vallées, trois montagnes emblématiques, trois Dranses et un terroir agricole très présent avec ses pâturages, ses prairies, ses plantes et autres cultures. Ces éléments se retrouvent dans le nouveau logo, avec trois cimes qui peuvent être le Catogne, première montagne emblématique lorsqu'on arrive sur le territoire du Grand Entremont, et ses deux voisines le Dolent et le Combin. Au milieu coulent les trois Dranses et se profilent les sillons agricoles. Dans sa partie inférieure un socle symbolise le terroir, la croissance, le monde végétal. Cet ensemble visuel est complété par la mention Grand Entremont. Ce logo est un symbole qui peut être interprété de diverses façons : on peut y voir le secteur des plantes, du miel, des fromages, de la viande, la Corbeille. Chacun doit pouvoir y projeter ce qui lui est proche. La composante montagne est volontairement forte, car le monde alpin fait partie de l'ADN des



habitants et de leurs produits.

Cette nouvelle identité visuelle sera portée par les spécialités entièrement issues de la région ainsi que par les partenaires, fermes, entreprises, restaurants qui valorisent les produits et ressources agricoles du Grand Entremont. C'est une identité qui doit permettre de fédérer les agriculteurs de toute la région, qui doit les encourager à être fiers de leurs produits et de leur métier, qui doit leur donner envie de faire connaître encore mieux leurs activités paysannes auprès de la population locale et des nombreux visiteurs qui découvrent la région.

Le volet promotion du PDR Grand Entremont ne va donc pas se limiter au lancement de ce logo. Il va permettre de mieux identifier les points de vente, notamment grâce à des vitrines pour les produits, de mettre en place des expériences agritouristiques, de participer à des salons et autres manifestations, d'étoffer le réseau de distribution. Il va aussi chercher à mieux impliquer les restaurateurs, à donner envie aux habitants et aux touristes de s'intéresser toujours davantage à la richesse agricole de cette région dynamique où de nombreux jeunes agriculteurs ont décidé de poursuivre les activités paysannes de leurs parents, de perpétuer les savoir-faire qui permettent la production de spécialités.

Quelle est votre fonction au sein du PDR?

J'ai été engagée comme coordinatrice et responsable marketing. A ce titre, je dois veiller à ce que chaque projet se réalise pendant les 6 années dévolues au PDR. Je rassemble les acteurs et je développe la stratégie de promotion avec le soutien de l'APAGE et de son président Meinrad Coppey, ainsi qu'avec l'aide précieuse de l'agence de communication Forme qui s'investit à mes côtés pour la mise en place des mesures de marketing. Je peux aussi compter sur l'engagement des communes, du Service valaisan de l'agriculture et de Valais-Wallis Promotion puisque nous inscrivons notre nouvelle identité dans l'univers visuel de la marque Valais. Tous ces acteurs participent pleinement au développement du PDR Grand Entremont et nous leur en sommes très reconnaissants.

Désirez-vous préciser un point important?

La valorisation de l'agriculture du Grand Entremont ne va pas s'arrêter au bout des 6 ans que va durer le PDR. C'est un projet qu'il faudra savoir pérenniser, notamment grâce aux communes, aux restaurants, aux commerces et aux destinations touristiques qui doivent devenir de véritables ambassadeurs ayant à cœur de promouvoir les produits locaux et les expériences permettant de rapprocher les agriculteurs des visiteurs et consommateurs.

Je rencontre de nombreux jeunes agriculteurs enthousiastes et très motivés. J'espère vraiment que le PDR les rapprochera les uns des autres, leur donnera envie de se coordonner toujours au mieux pour assurer les bases de la production agricole et faire connaître ce qu'ils font afin que cette magnifique agriculture de montagne leur permette de vivre et de développer leurs activités.

Propos de Martine Jaques-Dufour recueillis par Armande Reymond / AGIR