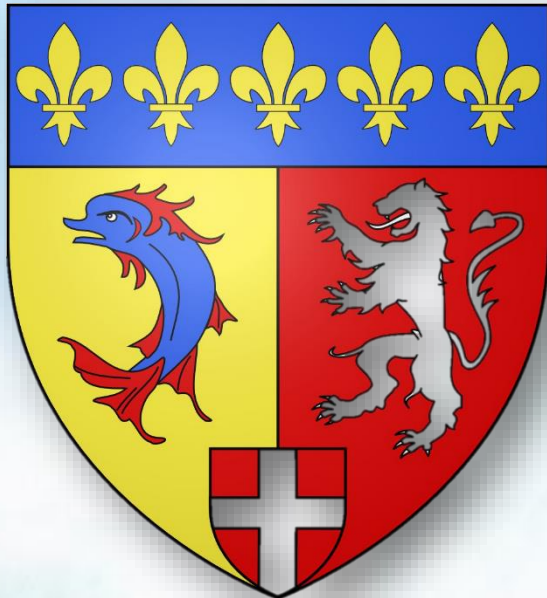


Le terroir dans la région Rhône-Alpes

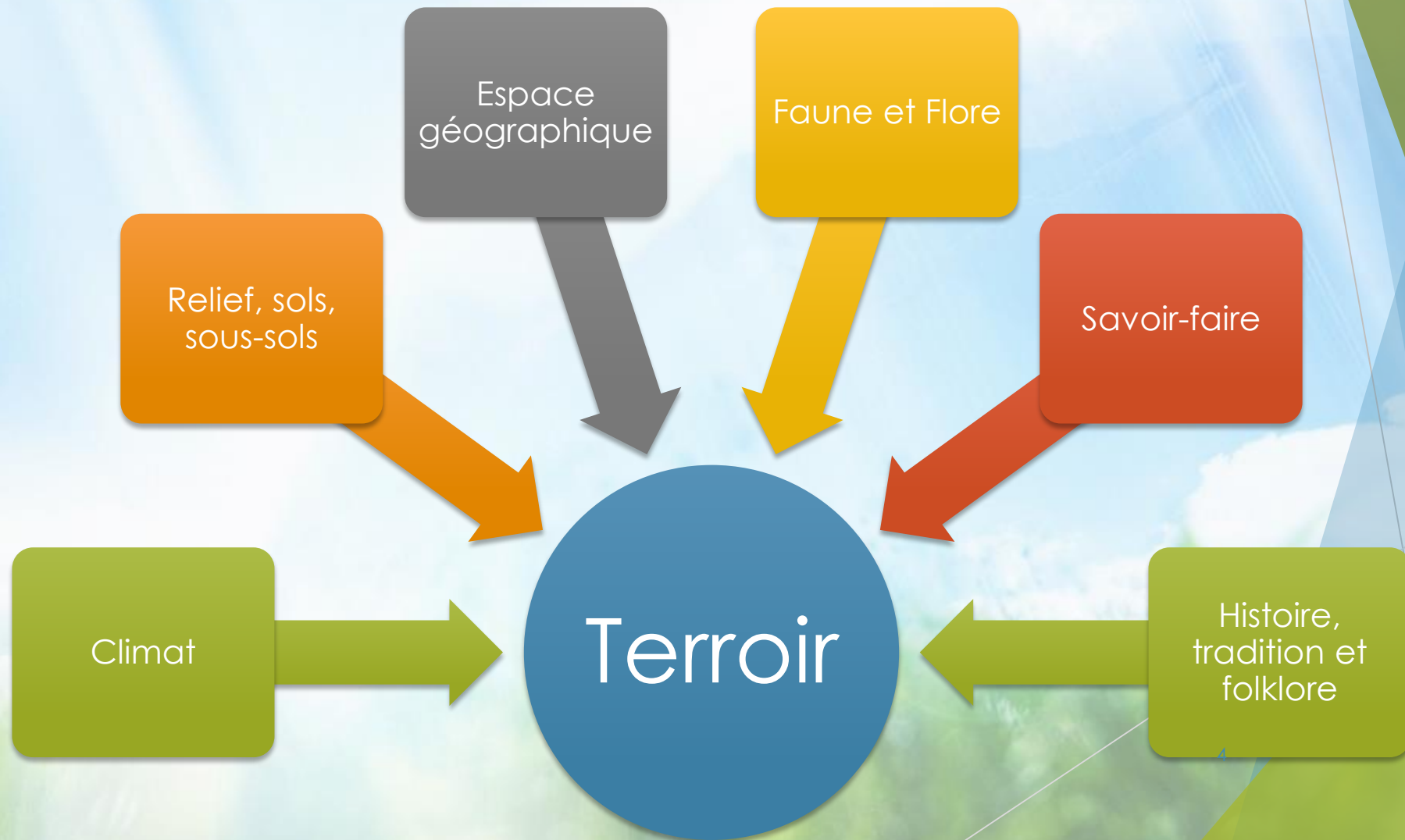


Sommaire

1. Qu'est ce que le terroir?
2. Quelles sont les spécialités de la région Rhône-Alpes?
3. Le paysage entrepreneurial du terroir du Rhône-Alpes
4. Exemple d'entreprise et comparaison
5. Le terroir et l'innovation : cas du Picodon

Qu'est ce que le terroir ?

Qu'est ce que le terroir?



Qu'est ce que le terroir Rhône Alpes?

- ▶ Terroir ≠ Territoire
- ▶ Dimension culturelle : identité régionale
- ▶ Dimension géographique : Contraintes physiques du territoire, richesse des ressources naturelles, aménagements de l'espace
- ▶ Dimension sociétal : coopérations entre les acteurs locaux, histoire locale, traits culturels communs, mise en oeuvre de savoirs faire, connaissance, aptitudes...
- ▶ Dimension économique : Stratégies de différenciation par la notoriété, par la confiance entre producteurs transformateurs transcrit au travers de l'origine.
- ▶ Le terroir est donc dynamique et respire en fonction des dimensions le composant



Labels

► AOP



► IGP



► STG



► Label Rouge



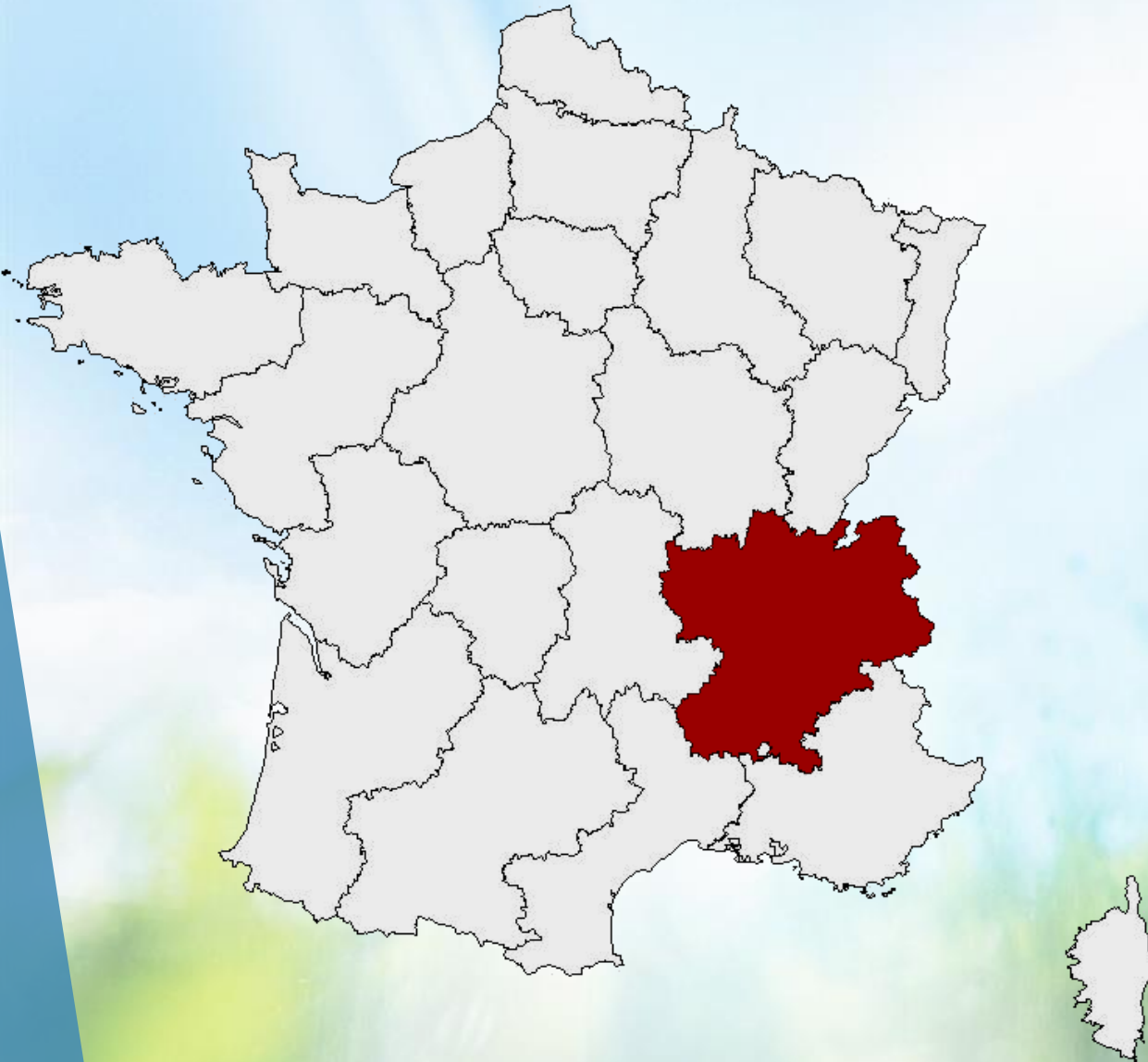
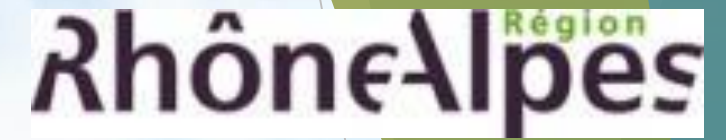
► AOC





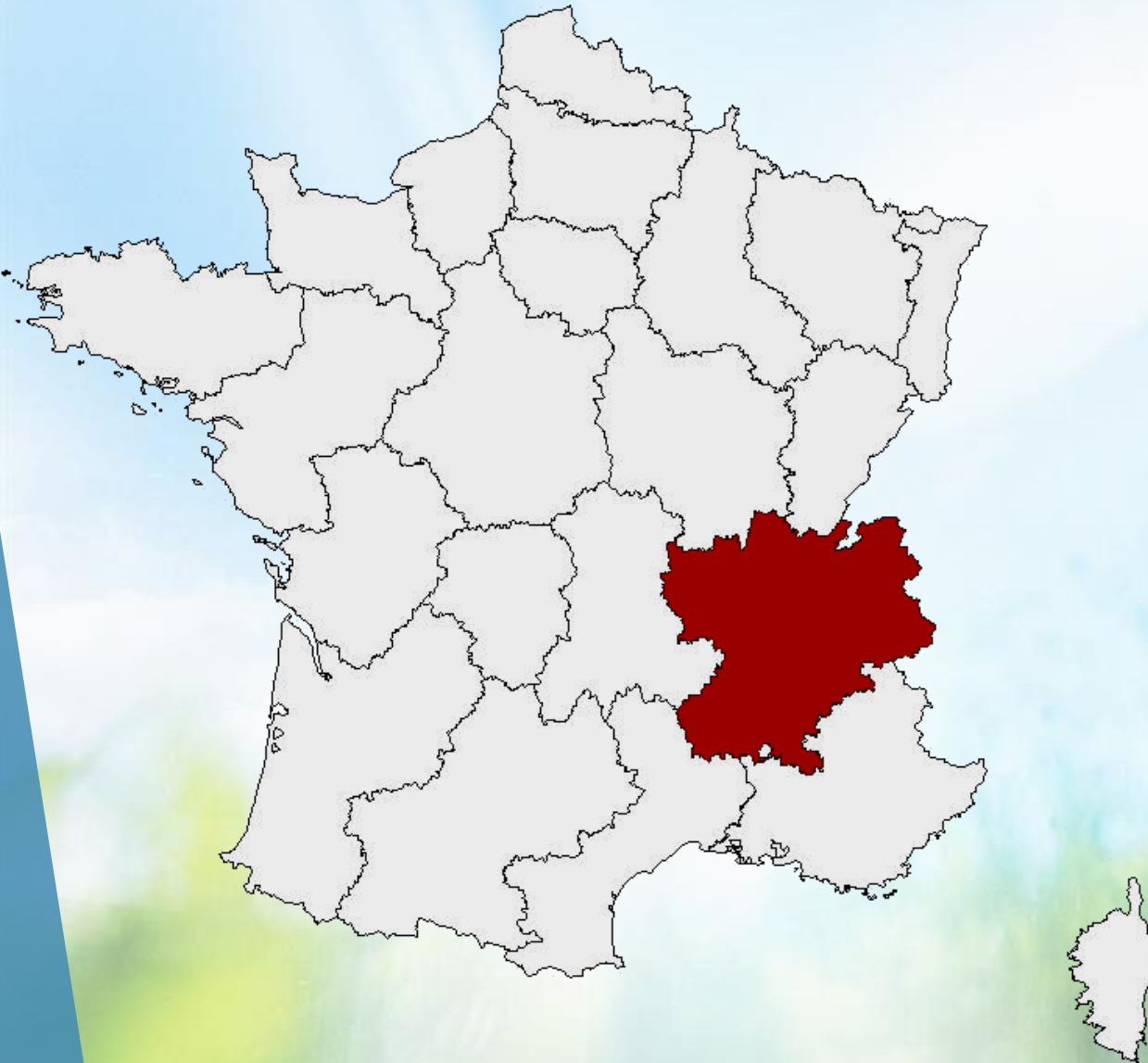
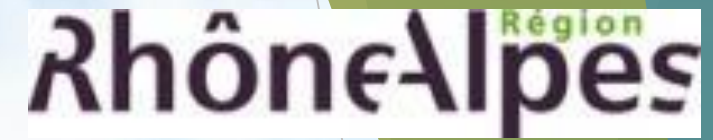
Qu'elles sont les spécialités de la
région Rhône Alpes?

Description de la région



La région Rhône-Alpes située au sud-est de la France s'étend sur 43 698 km², ce qui représente 8 % de la superficie française, une taille comparable au Danemark ou à la Suisse.

Description de la région

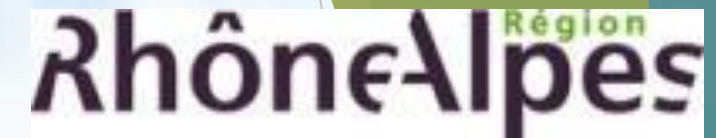


Le relief de la région Rhône Alpes est très hétérogène. En effet, l'ouest de cette région est bordé par la face est du massif central, au centre, elle est traversée du nord au sud par les vallées de la Saône et du Rhône. Tout à l'est, on y trouve à nouveau un relief marqué avec le Jura et les Alpes.

Le climat dans la région Rhône Alpes est à l'image de son relief : très variable. Ce sont les reliefs exposés à l'ouest qui arrêtent la plupart des perturbations océaniques et reçoivent donc des quantités des précipitations importantes. L'influence continentale couvre une bonne partie de la région. Caractérisée par des hivers froids avec du soleil en montagne et des brouillards ou nuages en plaine.

Diversités de sols, roches cristallines, roches volcaniques et calcaires sur les contreforts du Massif central, grandes Alpes granitiques, participent à la diversité des milieux : prairies d'altitude, forêts de montagne, de plaine, forêts méditerranéennes, zones humides, pâturages... sont autant de sites naturels qui font la richesse des terroirs de cette région.

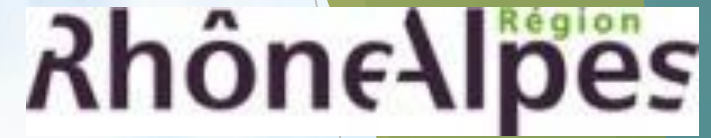
Description de la région



Cet région est constitué de plusieurs département :

- La Haute savoie (74)
- La Drôme (26)
- L' Isère (38)
- Le Rhône (69)
- L'Ardèche (07)
- La Savoie (73)
- L'Ain (01)
- La Loire (42)

Description de la région



Le logo de la région en elle même, reste assez neutre et ne témoigne pas spécialement d'appartenance. On peut y voir tout de même les angles qui peuvent rappeler les montagnes



Par contre, chaque département dévoile donc sa personnalité selon en fonction plus ou moins de son blason, et certains de ces signes se retrouvent dans certaines caractéristiques du terroir. On peut prendre comme exemple fort, la partie croix blanche sur fond rouge caractéristique de la savoie. Ce drapeau qui peut être de même origine que le drapeau suisse.

Ain



Ardèche



Drôme



Isère



Loire



Rhône



Savoie



Haute-Savoie



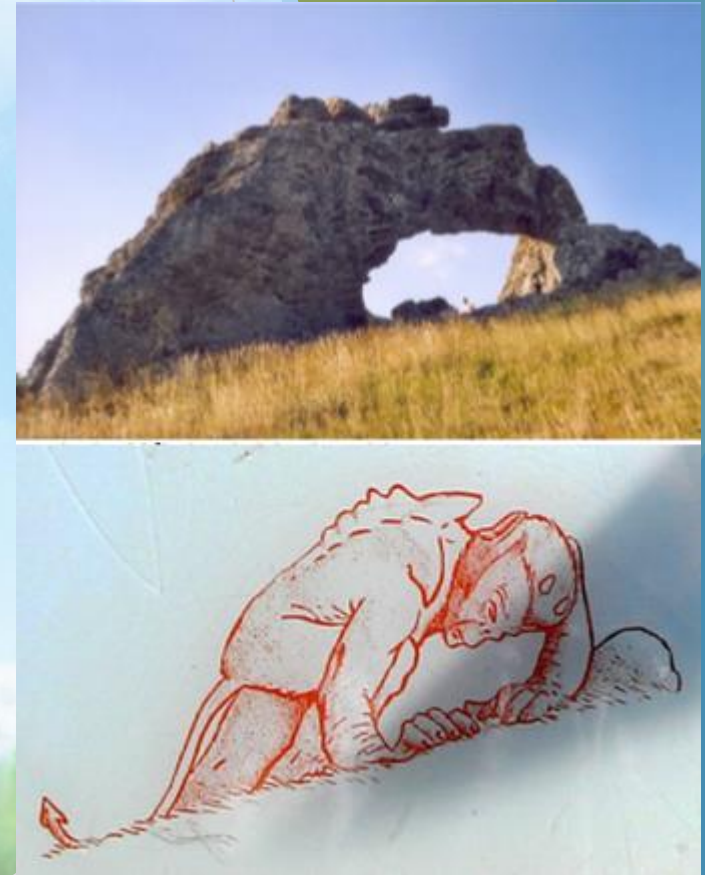
...Une des légendes

► Légende de la Pierre Percée : Pacte diabolique

Le duc de Lesdiguières a, selon la légende, passé un marché avec le diable.

Après avoir essayé de doubler le diable, ce dernier, très en colère, l'expédia d'un grand coup de pied.

Le duc se retrouva à quatre patte sur une colline avec une bosse sur le dos et se pétrifia ainsi.



Quelles sont les principales spécialités de la région Rhône-Alpes?

Fromage	Poisson	Viande et Charcuterie	Fruits/Légumes	Boisson	Autres
• Beaufort • Reblochon • Fourme de Montbrison • Fourme d'Ambert • Picodon • Tomme de capra	• Quenelles de brochet, Poisson d'eau douces des lacs	• Volailles de Bresse • Rosette • Andouillette • Saucisson brioché • Caille & Pigeon	• Morille • Noix de Grenoble • Truffe de Tricastin	• Vin de Savoie • Vin de Beaujolais • Vin des côtes du Rhône • Eau minérale	• Nougat de Montélimar • Pogne • Saint génix • Lunette de Romans • Pralines Saint-Genix

Le Rhône-Alpes, c'est la cuisine lyonnaise avec le célèbre Dauphiné, avec son fameux gratindauphinois, ses noix de Grenoble, son nougat de Montélimar et sa Chartreuse, élixir fabriqué par les moines chartreux.

A accompagner de Beaujolais, de Vin de Savoie, de Clairette de Die ou encore d'eau minérale, puisqu'elle coule sans retenue dans cette magnifique région.

Région aux multiples terroirs, les produits et les plats typiques de Rhône-Alpes raviront vos papilles !

3. Le paysage entrepreneurial du terroir du Rhône Alpes

a. Les grandes entreprises à rayonnement national

Le paysage entrepreneurial du terroir du Rhône-Alpes



Comment le terroir s'inscrit dans ces entreprises?

L'entreprise Henri Raffin



Présentation : Henri Raffin est une entreprise familiale créée en 1937. Cette entreprise est basée au cœur des Alpes avec 150 salariés. Cette entreprise est un intervenant majeur en charcuteries sèches mais également sur le véritable Jambon de Savoie, sur les Diots et les pâtés.

Leurs différentes marques leur permettent de répondre aux attentes des différents réseaux de distribution en France et à l'étranger en se plaçant leader sur le marché des charcuteries du terroir Savoie et 3ème intervenant au national sur pour les charcuteries sèches

Ceci leur permet de réaliser un chiffre d'affaire de 30 millions d'euros

Utilisation du terroir : la stratégie de l'entreprise est basée sur la perpétuation de la tradition charcutière savoyarde. Fort de ce savoir faire, l'entreprise communique beaucoup sur les produits terroirs. Pour mettre en avant ce point, l'entreprise a créée une gamme "terroir" qu'il décline sous plusieurs marques :

- "Henri Raffin" pour les produits destinés à la vente LS
- "Galibier" pour la vente en stand (VA) de produits typiques de Savoie et de haute qualité
- "Chalet" des Alpes pour les produits destinés à la vente dans des magasins traditionnels



L'entreprise Henri Raffin



Le slogan “plongez au coeur de la Savoie” et l’ajout de “Savoie” après chaque dénomination légale du produit transcrit la volonté de l’entreprise à faire parler l’origine de la région dans leur produits.

Cepe
a
p



ise que très peu
on au beaufort A
je de la Savoie c



AOC...) hors mis pour certaines recette y faisant
ut noter l'utilisation du drapeau de la Savoie qui
.

L'entreprise Maison Malartre

Présentation : La Maison Malartre, une entreprise familiale lyonnaise créée en 1947. L'entreprise est attachée aux traditions et aux valeurs de son terroir et propose des conserves artisanales en mettant en avant des produits authentiques et gastronomiques.

L'entreprise vend essentiellement des spécialités de produits lyonnais dont elle a sélectionné les ingrédients pour la confections de ces produits en conserve. Parmi ces spécialités on trouve : les cardons, les quenelles de brochet, pavé de St Genis, les marrons d'Ardèche...

On trouve également une minorité de spécialité d'autre région.



L'entreprise Maison Malarte

Utilisation du terroir : la stratégie de l'entreprise repose sur la pérennisation des savoir-faire d'antan par la mise en conserve des recettes typiquement lyonnaise. L'entreprise commercialise peu de produit mais vend de produits de qualité avec une réelle valeur ajoutée : leur savoir-faire.

Pour valoriser leurs produits, la Maison Malarte communique sur la sélection de leurs matières premières, en insistant sur leurs origines, la région Rhône Alpes.

Pour palier la faible variété de produits l'entreprise joue sur la diversité des recettes employées. En effet, on retrouve une spécialité déclinée avec plusieurs recettes :



Quenell
e
nature



Quenell
e de
brochet



Quenell
e de
brochet



Quenell
e de
brochet

L'entreprise Entremont



En plus de ces produits terroirs, que l'on trouve dans la gamme plateau, il y a aussi dans la gamme fromage ronde le plateau Saveur des 3 Monts. Ce plateau offre du fromage à raclette de 3 régions différentes. Parmi ces fromages, il y a la raclette au lait cru issu de la Savoie. Cependant cette raclette ne présente aucun AOP.



L'entreprise Fromageries de l'étoile



Les Traditions de nos villages

- Présentation : Les fromageries de l'étoiles regroupent 4 sites de fabrications majeurs :
 - Etoile du Vercors
 - Etoile du Quercy
 - Etoile de Provence (Fromagerie de Banon)
 - Etoile du Sud (Fromagerie le Chartrousin)

Chacune de ces fromageries répondent aux mêmes volonté de respect du savoir-faire dans la fabrication des fromages dans leurs terroirs.

La société transforme environ 32 millions de litres de lait par an ce qui leurs permet de produire environ 180 000 fromages par jour.

Dans la région Rhône-Alpes, deux fromageries sont présentes : il s'agit de l'étoile du Vercors et Etoile du Sud.



L'entreprise Fromageries de l'étoile



Les Traditions de nos villages

Sur ces deux fromageries, une seule met en avant des produits du terroirs de sa région, il s'agit de l'étoile du Vercors.

L'étoile du sud met en avant des produits du terroir d'Italie en mettant en avant la Mozzarella par exemple.

Utilisation du terroir : l'entreprise met en avant le Saint Marcellin en dressant une carte d'identité et les caractéristiques de ce produit. Associé à ce produit, on y trouve également la légende ayant donné naissance au Saint Marcellin. Cette légende permet de raccrocher ce produit à la notion de terroir sans y faire appel officiellement par un label. Le Saint Félicien est le fromage inspiré du Saint Marcellin. C'est donc naturellement que l'entreprise utilise la même stratégie pour mettre en avant ce produit terroir.

Aujourd'hui l'étoile du Vercors est la marque de référence associé au Saint Marcellin et au Saint Félicien. La marque est le leader dans sur ces marchés terroirs du Saint Marcellin et Saint Félicien.



L'entreprise Valcrest



Présentation : Valcrest est une société basée dans la région du Rhône-Alpes. L'entreprise commercialise et fabrique des spécialités fromagères issues des terroirs de la région Rhône-Alpes mais également d'autres régions. Ces spécialités sont vendues dans une gamme Tradition. En parallèle de cette activité, la société crée des fromages innovants que l'on retrouve dans sa gamme création.

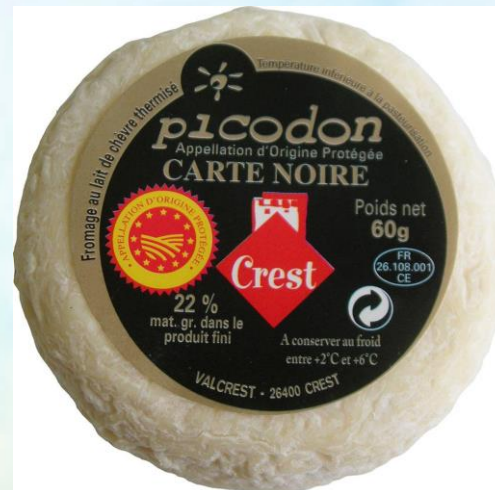
Ces deux activités à la fois antagonistes et complémentaires leur permettent de réaliser un chiffre d'affaire d'environ 50 millions d'euros et de posséder une offre diversifiée leur permettant d'être présents à l'international.

L'entreprise Valcrest



Utilisation du terroir : La coopérative fabrique et commercialise des spécialités très variées, issues de terroirs contrastés et de fabrications traditionnelles, comme le Saint-Marcellin, le Saint-Félicien, la Brousse, le Picodon, le Chèvre crémier, le Chèvre frais. Ces fromages sont mis en avant dans une gamme tradition .

En parcourant cette gamme, on s'aperçoit que l'entreprise n'exploite pas vraiment ces produits terroirs hors mis quelques uns. En effet, seul les labels de type AOP sont utilisés pour mettre en avant certain produits. Le reste des produits disposent de l'effet traditionnelle donnée par la gamme du même nom.



L'entreprise Stemmelen



Présentation : L'entreprise Stemmelen est une entreprise créée en 1963 basée dans la banlieue Nord-Est de Lyon. Cette entreprise s'est construite à partir de l'atelier de René STEMMELEN, charcutier qui a su développer et étendre son marché en mettant en valeur son savoir faire de charcutier et valorisant les produits traditionnels.

Aujourd'hui, Stemmelen est une entreprise qui innove régulièrement pour surprendre et attirer toujours plus de consommateurs notamment avec sa choucroute façon tapas et ses saucissons à cuire.



L'entreprise Stemmelen



Utilisation du terroir : En parallèle de ses innovations, Stelemmen sait que sa force provient de son savoir-faire et sur leurs recettes traditionnelles.

Parmi ces recette on retrouve des produits terroirs comme le cervelas Lyonnais pistaché et truffé, le jésus cuit ou encore le saucisson à cuire à l'ancienne. Pour valoriser ces produits et exploiter au maximum leurs produits terroirs, ils sont vendus en libre service et à la coupe en vente assistée.

En plus de ces spécialité lyonnaise on trouve d'autres produits de terroirs d'autres régions comme l'Alsace avec ces Knacks et Toulouse avec ses saucisses de Toulouse. Toutes ces spécialités sont vendus dans une même gamme : "plaisir et tradition".

Stelemmen ne met pas spécialement en avant ses produits terroirs. De plus, ces produits terroirs ne représentent qu'une petite partie de la totalité de leurs produits.



L'entreprise Fruitières Chabert



Présentation de l'entreprise : L'entreprise fruitière Chabert est une entreprise familiale créée en 1936 dans la région des Pays de Savoie.

Partageant avec les agriculteurs locaux le même idéal de qualité et la même volonté de valoriser leurs productions fromagères, les fruitières Chabert se sont toujours distinguées par leur attachement à perdurer les gestes d'antan et à respecter le savoir-faire des anciens.

Les fruitières, qui sont les lieux où l'on récolte le lait pour en faire du fromage, participent à préserver une vie locale et perpétuer les recettes ancestrales.

Les fruitières Chabert rassemblent une multitude de fruitières où chaque fruitière fabrique un fromage spécifique. Parmi ces fruitières, on retrouve la fruitière Villaz avec le Reblochon de Savoie, Vallières avec l'emmental de Savoie ou la fruitière de St Germain avec la tomme de Savoie et le gruyère.



L'entreprise Fruitières Chabert



Utilisation du terroir : Comme montré ci dessus, chaque fruitière fabrique des fromages spécifique de la région de Savoie.

Pour mettre en avant leur produit terroirs, l'entreprise joue sur les appellations d'origine contrôlées (AOC) et sur l'origine du lait servant à la fabrication des fromages.

Aussi, l'entreprise met en avant ces fromages traditionnels et typique de la région en les associant à un historique racontant soit la naissance du fromage, soit l'origine du nom, soit une légende sur le produit. En plus de cette historique, on y trouve une description du fromage et des conseils de dégustation ou des recettes associés.

Cette entreprise est spécialisé dans les fromages terroirs et exclusivement dans les fromages de Savoie AOC.



L'entreprise Danone

Présentation de l'entreprise : Danone est une entreprise agroalimentaire mondiale tournée vers une alimentation santé, bien-être et plaisir. Née en 1972, ce groupe a su se hisser au rang de leader mondial dans son domaine avec un chiffre d'affaire de 21 milliards d'euros.

Un de leurs produits, la Badoit, est issue du patrimoine de la région Rhones Alpes, et plus particulièrement du département du Rhone.

C'est dans le sous-sol de Saint-Galmier, au pied du Mont du Forez que Badoit prend sa source. Au fil de son voyage au travers des différentes strates minéralogiques, elle acquiert sa pétillance, sa finesse et ses vertus minérales uniques.

Une identité : Badoit apporte depuis plus de deux siècles joie et raffinement au repas. Les bulles de Badoit font de chaque repas un moment d'exception



L'entreprise Danone

Utilisation du terroir : Sur le site officiel de Badoit, on peut retrouver l'origine et l'histoire de la source. On peut par exemple lire l'interview d'un hydrogéologue, ou encore découvrir des documents datant de 1827 à propos de l'appartenance de la source.

On peut donc dire que Danone utilise fortement la notion d'appartenance à un terroir et surtout une notion historique pour justifier la qualité, ou plutôt les qualités, de son produit. On pourra cependant noter que le packaging se contente d'un discret "1778" pour évoquer son histoire. Seuls les intéressés se rendant sur le site internet auront donc connaissance de l'histoire de cette eau.



L'entreprise Teissere

Présentation de l'entreprise : Créée en 1720 avec une recette à base de jus de fruit et de plantes, Teissere est aujourd'hui leader sur le marché des sirops à base de fruit. Son évolutions e poursuit grâce à de nombreuses innovations pour élargir les applications du produit phare.

Avec son usine de production dans l'Isère (38), Teissere se caractérise comme un produit de la région Rhones Alpes.

Utilisation du terroir : Cependant, aucune utilisation n'est faite de cette appartenance dans la campagne marketing de ce produit.



L'entreprise Parot

Présentation de l'entreprise : Parot, créée en 1889, est une eau minérale gazeuse, bicarbonatée, sodique et fluorée qui prend sa source dans les terres volcaniques dans les plaines du Forez. Elle est présente dans la Loire (42), département de la région Rhones Alpes.

En dehors de cette source, d'autres sont exploitées et donnent naissances à d'autres eaux possédants d'autres qualités comme Fonfort qui facilite la digestion et contribue à la récupération rapide après l'effort.

Utilisation du terroir : L'histoire est plus mentionnée sur leur liste internet que véritablement l'appartenance à un terroir. Cependant, une histoire est liée à un lieu, et ce lieu à une importance quand aux propriétés apportés à l'eau qui en jaillie. C'est principalement là la seule utilisation du terroir dans la campagne marketing de ce produit



L'entreprise Weiss

Présentation de l'entreprise : Depuis 1882, la maison Weiss est un des grands noms de la chocolaterie Française. Elle est l'un des derniers chocolatiers à travailler le cacao et à le transformer en tablettes, bonbons et pains de chocolat. Elle excelle dans l'assemblage et le mariage de fèves d'origines diverses. Weiss vous garantit l'utilisation d'ingrédients issus des terroirs les plus nobles sans colorants ni conservateurs.

La société est basée à Saint-Etienne, dans le département de la Loire (42).



L'entreprise Weiss

Utilisation du terroir : Cette chocolaterie se vante d'être une des dernières de France à savoir réaliser l'ensemble du processus de fabrication du chocolat, de la fève au produit fini.

La notion de terroir intervient seulement dans l'origine de Mr Eugène Weiss, qui était Alsacien et qui créa l'art d'assembler différentes fèves pour obtenir de nouvelles saveurs.

En dehors, ni l'emballage ni les matières premières ne rappellent le terroir.



L'entreprise Maison Colombo

Présentation de l'entreprise : Maison Colombo, membre de France salaison, est une PME 100% familiale depuis 1968. Elle arrive à hauteur de 58,3 millions de chiffre d'affaire en 2013 et vend principalement du saucisson sec.

Située à St Symphorien sur Croix au coeur des Monts du Lyonnais, Maison Colombo se décrit comme une entreprise citoyenne.

Utilisation du terroir : L'entreprise valorise très peu son appartenance au terroir du Rhône Alpes et favorise une campagne marketing axée sur la mise en place de normes d'hygiène et sur une politique de développement durable.



la vie de chouquette

L'entreprise Fromagerie Verdannet



Présentation de l'entreprise : L'entreprise est attaché à une tradition fromagère exigeante. En effet, depuis 1904, le fondateur de l'entreprise Ernest Verdannet parcourait la région du Rhône Alpes pour dénicher les meilleurs fruits. Aujourd'hui encore, Verdannet Fromager se développe en s'attachant à son terroir, gage d'authenticité et de qualité, notamment à travers son implication dans le développement des filières AOP et IGP savoyardes et plus généralement dans la sauvegarde des traditions fromagères alpines.

Ce dynamisme se confirme également dans la structuration de son offre par la création de trois gammes : Savoie, Alpes et Sélection.



Sélection

L'entreprise Fromagerie Verdannet



Utilisation du terroir : En créant des gammes portant les noms des régions terroirs des produits, l'entreprise montre qu'elle défend son patrimoine culinaire régionale. Dans ces gamme on retrouve exclusivement des produits typiques des régions et dont la majorité de ces produits porte un label de qualité soit IGP soit AOP.

Parmi ces produits on retrouve : le reblochon de Savoie AOP, l'abondane AOP, le beaufort AOP, Tomme de Savoie IGP, Cru des Alpes, Tommette des Alpes...

L'entreprise joue donc beaucoup sur le nom de ces gamme et sur la législation pour mettre en avant ses produits.



L'entreprise Savoie Yaourt



Présentation de l'entreprise : L'entreprise familiale Yaourt Savoie s'est créée en 1950 dans la région d'Aix-les Bains. L'entreprise connaît quelques difficultés dans les années suivant son ouverture, c'est pourquoi elle est rachetée plusieurs fois par des coopératives laitières. C'est en proposant leurs produits à des petites stations touristiques que l'entreprise a réussi à se faire connaître dans la France entière. Depuis la société connaît un développement constant. Ce succès lui permet de lancer sur le marché enfant et de lancer une nouvelle gamme de produits bio avec 7 nouvelles recettes.

L'entreprise Savoie Yaourt



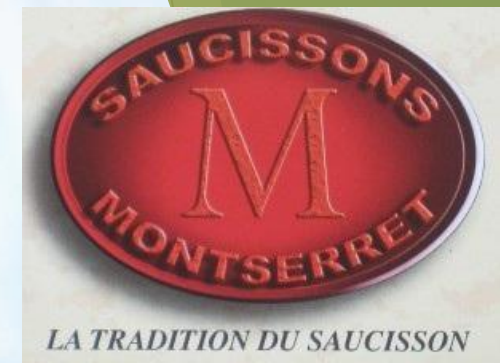
Utilisation du terroir : L'entreprise se sert principalement de l'origine de la matière première (lait, fruits) et le lieu de fabrication pour mettre en avant ses produits terroirs. on le voit notamment avec ce slogan "C'est avec des produits de qualité et au coeur de la Savoie que nous élaborons nos meilleurs Yaourts"

La création d'une gamme "Yaourt aux spécialités de nos régions" montre qu'il utilise la notion de terroir pour faire vendre leurs produits. Dans cette gamme, on retrouve 3 yaourts au lait de Savoie avec des morceaux de pâtisseries ou confiseries évocatrices des régions !

Parmi ces pâtisseries ou confiseries on y trouve le nougat, la praline rose et le calisson



L'entreprise Montserret



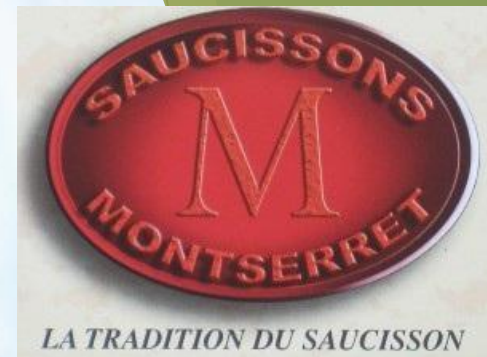
Présentation de l'entreprise : Les Salaisons MONTSERRET sont situées à [Grézieu Le Marché](#) dans les Monts du Lyonnais. Cette entreprise familiale a été créée en 1936 par l'arrière grand-père de Nicolas Montserret, l'actuel Président Directeur Général des Salaisons Montserret. Cette entreprise fabrique et distribue des saucisses et saucissons secs depuis plus de 75 ans avec le même respect de la tradition et du savoir faire. Depuis leur création, les Salaisons ont beaucoup évolué mais sont restées familiales. Avec plus de 40 produits différents, cette entreprise familiale possède une clientèle très diversifiée : française, anglaise, grandes et moyennes surfaces, grosses entreprises, forains, etc...

L'entreprise Montserret

Utilisation du terroir : L'entreprise n'est pas spécialisée dans la vente de produit de terroir comme le montre le nombre de gammes qu'elle possède.

En revanche dans une de ces gammes, la gamme des spécialités, on trouve un grand nombre de produits typique de la région Rhône Alpes comme le baby Jésus, la brindille du Lyonnais, le saucisson au bleu d'Auvergne.

Hors mis cette gamme "Spécialité", l'entreprise Montserret ne pas en avant ses produits terroirs. Ils ne sont même pas identifié comme tels.



Saucisson au bleu
d'Auvergne



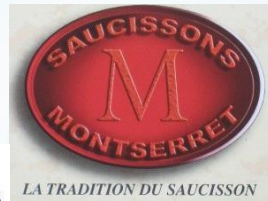
Brindille du
Lyonnais



Le logo rappelle-t-il la notion de terroir de la région Rhône Alpes ?

Oui

No
n



3. Le paysage entrepreneurial du terroir du Rhône Alpes

b. Les entreprises régionales utilisant le terroir

L'entreprise Chantal Plasse



Chantal Plasse

L'entreprise Chantal Plasse est une entreprise créée en 1984 aux états-unis, pour défendre l'enseigne "La ferme beaujolaise". Elle y a fait un franc succès avant de revenir en France récupérer l'intégralité des activités familiales, fromages et salaisons, en installant un unique site de production en France. Ce site est situé dans l'Ain, à Jassans Riotier.

L'entreprise met en avant la confiance et la convivialité qui mène à des partenariats solides entre elle, ses clients, et les éleveurs et producteurs. De plus l'intégralité du site est basée sur une qualité irréprochable, qui est leur principale argument de vente.

L'entreprise Chantal Plasse

On peut retrouver aujourd'hui leurs produits sous la marque "La ferme beaujolaise" dans les magasins Galeries Lafayette et Monoprix, dans le Rhône alpes.

Leurs produits sont très variés, et on retrouve, que ce soit en salaison ou en fromagerie, une très grande sélection. On y retrouve aussi des produits à appellation, comme le Reblochon A.O.C. qui font ressortir les produits du terroir. Ainsi cette entreprise utilise le terroir, comme tremplin pour eux-mêmes mais aussi pour les produits régionaux.



L'entreprise Diane-de-Poytiers

L'entreprise Diane-de-Poytiers était à l'origine une biscuiterie appelée "Aux délices" créée en 1920 à Montélimar, avec une fabrication de nougat artisanal. S'inspirant de Diane de Poitiers, la fabrique revêt son nom et dépose sa marque. Le Gault et Millau a classé le Nougat Diane de Poytiers 2ème nougater pour sa qualité en 1996.

L'entreprise met ainsi en avant l'entière fabrication à la main du nougat, en oubliant tout la fabrication industrielle que connaît aujourd'hui l'industrie du nougat. Ainsi le nougat est cuit en 2 heures (10 min en process industriel) dans des chaudrons en cuivre. L'entreprise produit 50 tonnes de nougat par an, avec une équipe de 9 à 12 personnes. Il est de plus fabriqué avec des produits locaux.

On y produit bien évidemment un nougat dit "de montélimar" dont la recette est tirée depuis 3 générations. Ce qui est un grand soutien à ce produit de terroir, et un atout de vente considérable.

Diane de Poytiers®

L'entreprise Eurobulbe

L'entreprise Eurobulbe, situé dans la drôme à Eurre, a été crée depuis plusieurs années par deux producteurs passionné d'échalotes, d'oignons et d'ail. Ils arrivent aujourd'hui à vendre leurs produits même à l'étranger.

L'entreprise est énormément porté sur la qualité, en mettant en avant l'ail dromois, ses vertues médicinales et le fait que la région apporte une qualité supplémentaire que ne peut apporter les autres.

C'est une entreprise qui propose aussi du conseil dans les cultures de différentes plantes bulbaires, comme les échalotes ou les oignons, dans la région du Rhône-alpes. Ainsi ils veulent faire perdurer un savoir-faire régional, pour une qualité toujours meilleur.

The logo for Eurobulbe features the company name in a bold, green, serif font. The letter 'O' is replaced by a stylized yellow sun with a black outline. The logo is set against a white rectangular background.

EUROBULBE

L'entreprise Chartreuse

Les pères chartreux réalisent en 1605 la première liqueur "de longue vie" par le maréchal d'Estrées. Cette élixir qui contient quasi l'intégralité des plantes médicinales de l'époque est légèrement simplifiée pour créer l'Elixir Végétal de la Grande-Chartreuse en 1737 (elle titre à 69°). Suite à cela, la chartreuse "verte" est développée, avec une recette assez similaire, mais moins forte et plus douce (elle titre à 55°) et est appelée liqueur de santé. Elle est de suite un succès même si sa vente est limitée à la région dauphinoise. Depuis plusieurs autres liqueurs ont vu le jour, et les recettes ont failli être perdus à maintes reprises.

Aujourd'hui l'affaire a été reprise par la société CHARTREUSE DIFFUSION qui est chargée du conditionnement et de la publicité tandis que la production est toujours assurée par deux pères chartreux.

CHARTREUSE®



L'entreprise Chartreuse



Aujourd'hui leurs produits sont très connotés à la région, car c'est l'unique lieu de production dans l'Isère à Voiron, et que la quasi intégralité de leurs matières premières provienne de la région alpine. Leur gamme de produit est maintenant très varié, avec la chartreuse verte qui a fêté en 2014 ses 250 ans !



L'entreprise Distillerie Meunier

Depuis sa fondation en 1809 à Voiron, la distillerie Charles Meunier a toujours poursuivi un objectif d'excellence. Cette distillerie c'est spécialisé dans la production d'alcool et de liqueurs provenant de plantes alpines et tout spécialement du génépi, spécialité de la région. L'entreprise à ainsi su développer son activité en augmentant sans cesse sa qualité lié au matières premières.

L'entreprise a su garder et même améliorer ses méthodes de production artisanales pour obtenir un produit meilleur chaque année, et c'est ainsi que sur 200 ans, le génépi des alpes et le génépi de la distillerie Charles Meunier se distingue.



L'entreprise Distillerie Meunier

La distillerie produit donc une grande quantité de produit avec notamment le plus connu, le génépi. Ce génépi se distingue d'ailleurs sous différents aspects, du plus raffiné, au plus rafraîchissant. Mais on découvre avec grande joie aussi des spécialités à base d'une variété locale de cerise ou d'écorce d'orange. (Ratafia, China-China). L'entreprise est donc aujourd'hui fortement basée sur la région, et lui apporte un soutien pour promouvoir des produits régionaux sur d'autres marchés que celui régional.



L'entreprise Pâtisserie du Donjon

Tenu par Denis Cochet depuis 1991 la Pâtisserie du Donjon à Crest dans la Drôme, est une entreprise reconnue dans les alentours de Crest et n'a qu'une influence très limitée sur la région. C'est dans cette pâtisserie donc que l'on retrouve un des maîtres artisans protecteurs d'une des spécialités régionales, la couve crétoise.

Au début du XVII^e siècle, le "Couvo" provençal, gâteau de la période de Pâques, était présent un peu partout dans l'arrière pays provençal. A ce jour, la "Couve", héritière du gâteau d'origine, n'est plus confectionnée que dans la ville de Crest. Élaborée à partir d'une recette traditionnelle, la Couve se compose d'un sablé au beurre parfumé avec de fines lamelles de citrons et oranges confites. Ce gâteau de voyage symbolise un nid avec des poules et des oeufs façonnés dans la même pâte. C'est un gâteau donc typique de la région, et qui ne peut se déguster presque uniquement dans la région crétoise.



L'entreprise La Rabassière

Petite entreprise Grignanaise qui a vu le jour en 1988, LA RABASSIERE, du nom provençal "Rabasso" signifiant truffe, est l'héritière d'un savoir-faire de trois générations. A travers la composition de ses terrines, son désir est de faire partager ce riche terroir de la Drôme Provençale.

On recherche donc dans cette entreprise à faire ressortir la célèbre AOC truffe de Tricastin. La Rabassiere propose donc aujourd'hui des visites ainsi que des dégustations avec les restaurants partenaires, pour retrouver cette saveur régionale typique, qu'elle défend et porte en avant pour développer son marché.

La Rabassière



L'entreprise Laitière de Sauvain

L'Entreprise Laitière Sauvain (E.L.S.) est implantée dans les Monts du Forez et produit un produit artisanal et typique de la région, la Fourme de Montbrison, AOP, depuis 1931.

L'entreprise possède un réel savoir faire et une qualité parfaite permettant le maintien de cette AOP ainsi qu'une volonté de faire perdurer ces saveurs. De plus leur marque déposée "TARIT", est une référence pour cette AOP et pour la qualité de ces produits. E.L.S. s'est développé en qualité sur ses sites, pour assurer à ses clients, une qualité irréprochable et identique à chaque fois. Cette force en fait aujourd'hui le co-leader sur la Fourme de Montbrison.

E.L.S achète et collecte son lait en appellation "Lait de Montagne", ce qui représente 4,5 millions de litres, grâce à 24 agriculteurs exploitant à plus de 850 m d'altitude. Elle soutient ainsi la région et ses agriculteurs, tout en utilisant ces arguments pour booster leurs ventes.



L'entreprise Fumet des Dombes

L'entreprise le Fumet des Dombes a été créée en 1988, à Saint André de Corcy, où l'on fume seulement la carpe des dombes, poisson traditionnel du lac Léman. Ensuite après l'implantation de la carpe dans les différents restaurants régionaux, la gamme s'étend en passant par le saumon et même le canard.

La gamme s'est encore étendue avec la vente depuis 2014 de poissons cru et surgelés.

L'entreprise s'appuie sur la région avec des poissons d'eau douce régionaux, provenant des petits lacs et du lac Léman. Le fumet des Dombes est ainsi confortablement installé avec des ventes surtout dans la région.

L'entreprise se démarque par un engagement vis-à-vis de ses clients ainsi que ses fournisseurs. Pour assurer la confiance tout en recherchant la performance, dans la qualité et la productivité.



L'entreprise 1890 nature et saveurs

Trois entreprises ont uni leurs forces pour valoriser ces espèces d'eau douce, sous la marque 1890, Nature et Saveurs.

Jonathan Pertuiset lance le filet désarêté de fera. Il s'agit en effet d'une des espèces phare de la Chablaisienne, soupe de poissons d'eau douce.

Le conserveur Marius Bernard, transforme la fera désarêtée en terrines.

Le troisième partenaire, la famille Levray, apporte les sels et les herbes aromatiques suisses. Ils ont décidé de fusionner les 3 pour mieux les distribuer.

Ainsi on tire tout le bénéfices des alpes et des poissons d'eau douces, pour des produits de qualité. Le centre de production est situé maintenant à Meillerie, a coté du lac léman. Ainsi, en s'appuyant sur des produits régionaux, on garde les recettes pour conquérir l'intégralité du marché du Rhones-alpes.



La fromagerie de la Tomme de Capra

Implanté dans la Drôme à Saint-Bardoux, c'est une structure familiale spécialisée dans la production artisanale de fromages de chèvre au lait cru. L'entreprise s'est distingué dans la confection de la Tomme de Capra (fromage tendre à affinage doux) qui est devenue son emblème et ensuite le nom de l'entreprise depuis l'année 1963.

spécialité :La petite entreprise familiale s'est spécialisée dans la confection de fromages de chèvre au lait cru tels que le Réveil de l'Empereur, le Picodon AOP, le Saint Bardoux, la Tomme de Capra et les faisselle



La fromagerie de la Tomme de Capra

positionnement et valorisation du terroir : La fromagerie de la Tomme de Capra s'est doté d'un agrément sanitaire lui permettant de commercialiser ses produits aussi bien en France qu'à l'étranger permettant un rayonnement de leur produit orientés terroir outre les frontières. A cela s'ajoute le fait que la vente est également mais surtout assurée sur place. Le fait de conserver le lieu de production comme étant le lieu de vente permet à l'entreprise de faire non seulement connaître l'ensemble de ses produits aux clients mais également de mettre en avant le processus de fabrication qui reste conforme à la tradition et donc au terroir. Le sentiment de manger un produit "d'ici" donné au consommateur est d'autant plus renforcé.



Les Pigeonneaux Chabert

Avant tout les pigeonneaux chabert est une exploitation agricole localisé dans la campagne drômoise à Marches. C'est une exploitation est spécialisé dans l'élevage de pigeon de chair depuis les années 1980. L'exploitation est également diverse dans ses activité car elle abritent une activité céréalière de blé, orge maïs et pois sur 70 hectares de terre cultivée en suivant les précepte de l'agriculture raisonnée.

Les produits confectionner par l'entreprise et vendu sont des Pigeonneaux, la Rôtie de Pigeons et la rillettes de pigeons. Bien que l'essentiel de l'activité soit dirigé vers la production à base de pigeon l'entreprise à diversifier sa production en concoctant d'autres rillettes aux canards, lapins à la caille mais aussi en produisant du foie gras et autres produit de conserve.



Les Pigeonneaux Chabert

Ici l'entreprise s'attache à réaliser un élevage non intensif des pigeons en respectant les animaux et leur cycle de reproduction normal. il y a un réel soucis du bien être animal. De plus l'entreprise réalise la production céréalière nécessaire à l'alimentation de ses volatiles et maîtrise donc toute la chaîne de l'élevage jusqu'à l'abattage des pigeons. ce dernier est exclusivement réalisé manuellement.

La tendance principale de cette entreprise est de vouloir intégrer une politique de développement durable en s'alignant sur l'agriculture raisonnée. De plus le cycle complet de la production des pigeonneaux est maîtrisé permettant de garantir aux clients des produits 100% locaux de l'aliment à l'animal en passant par la transformation. cette argument renforce le terroir en garantissant l'origine de chaque ingrédient direct ou non. l'entreprise se veut également offensive sur le marché local et ses périphérie car elle a déployer du commerce en ligne,



Chocolaterie A.Morin

L'entreprise Chocolaterie A.Morin est une entreprise Drômoise située à Donzère, entre Montélimar et Pierrelatte. La chocolaterie est familiale et se transmet de père en fils. Le produit initial (cacao) n'est pas d'origine Drômoise car importé le plus souvent d'Afrique, mais la sélection des fèves et le savoir faire permettant de faire ressortir les meilleurs arômes du cacao est associé à l'entreprise.

L'entreprise initialement portée vers le chocolat simple s'est associée avec des produits du terroir de la Drôme Provençale pour élargir sa gamme et s'inscrire à son tour pleinement dans le terroir régional.



chocolaterie A.Morin
Depuis 3 générations **DONZERE**

Chocolaterie A.Morin

La produit à l'heure actuelle plusieurs spécialité de la région Rhône alpes telles que lechocolaterie Nougat, les Rochers de Donzère, les griottes au Kirsch, certaines pâtes de fruit.

La plupart des références sont produites sur commande afin de garantir un produit de très haute qualité avec un gout préservé et des arômes intacts. L'entreprise CHocolaterie Morin mise ainsi sur un commerce très local ou de tourisme mais se laisse l'opportunité de rayonner au dela de la région grâce à la possibilité de vendre par correspondance.



chocolaterie A.Morin
Depuis 3 générations **DONZERE**

Saint Jean - tradition gourmande



Saint Jean est une entreprise Drômoise implanté depuis sa création en 1962 au coeur du Dauphiné. Elle est el fruit de l'intégration de plusieurs petites entreprises qui ont formées un groupe avec un savoir faire atypique permettant sa spécialisation dans la confection des ravioles, des pâtes fraîches et des quenelles, toutes 3 des spécialités du Rhône Alpes. Elle est exclusivement basée dans la drôme mais dispose d'unité de production en Ain et en Isère également.



Saint Jean - tradition gourmande

L'entreprise intègre la production de produit IGP (indication géographique protégée) et Label Rouge, garantissant une qualité supérieure à ses produits du terroir.

Saint Jean attache une importance particulière à la constitution de ses produits qui sont produits à 83% d'origine régionale (matière première). Depuis la fin des années 2000 elle s'est dotée d'une certification ISO 14001 pour gérer également son impact environnemental et fabrique des produits bio depuis le milieu des années 90. La commercialisation des produits se fait par grande distribution essentiellement.



Mère Maury

L'entreprise La Mère Maury fut créée depuis 1873 grâce à un savoir faire basé sur la sélection d'ingrédients de qualité pour fabriquer les ravioles.

L'entreprise était très reposée sur l'artisanat dans ses débuts mais s'est entièrement industrialisée pour pouvoir répondre à la demande croissante et elle est désormais une des grandes forces régionales dans la fabrication de ce produit du terroir.

Les produits sont tous des ravioles mais de différents saveurs telles qu'au basilic, au cèpe aux escargots, chèvre, foie gras truffes ou encore au chocolat, bien que la référence phare reste la raviole traditionnelle.



Mère Maury

Ici l'entreprise s'inscrit dans le terroir régional grâce son passé historique concernant le produit qu'elle confectionne. Bienque c'est un produit typiquement Rhône Alpin, la raviole de Romans ne bénéficie pas d' AOC (d'une appellation d'origine contrôlée) mais ne l'entreprise étant implanté au coeur du Dauphiné bénéficie de l'IGP (indication géographique protégée).

L'entreprise Maury mise donc sur son histoire, son implantation sur le territoire Drômois et la haute qualité de ses produits pour mettre en avant ce produit industriel du terroir dauphiné .



Maison Nivon



La maison Nivon est une petite entreprise artisanale Boulangère forte d'un savoir faire vieux de plus de 150 ans dans le domaine. C'est également une entreprise placée sous le signe du terroir car elle présente aux habitants de la Drôme et de l'Ardèche des spécialités régionales diverses tournant autour de la boulangerie mais aussi de la pâtisserie.*

Les 4 emblèmes de la maison Nivon sont la Pogne de la Drôme parfumée Rhum citron et fleur d'oranger, le Saint Genix fourré au praline aux amandes et au orange confits le Suisse Nivon, symbole historique de la ville de Valence. L'utilisation de produits régionaux tel que le nougat dans la fleur de nougat permet d'inclure le terroir d'autres produits dans des produits innovants et réinventés.

La Maison Nivon commercialise à l'heure actuelle ses produits au sein de la région Drômoise mais permet un commerce plus vaste grâce à son commerce en ligne et à ses nombreux



Maison Chapoutier

M. CHAPOUTIER

La Maison Chapoutier est une entreprise producteur vigneron dans les plus grandes appellations de la Vallée du Rhône. Du Côte-Rôtie en passant par l'Hermitage jusqu'au Côtes du Rhône elle tend à offrir la meilleure photographie du terroir vinicole.

L'entreprise réalise la confection de vin d'appellation variées mais majoritairement d'origine française de la région Alsace, Roussillon et de la Vallée du Rhône. Plus de la moitié des cépages de cette dernière région appartiennent au terroir vinicole de la région Rhone-Alpes allant de Vienne à Valence.

L'entreprise s'est donc spécialisé dans les vins biologique en revendiquant le terroir originel, lié au propriété du sol, du climat et du savoir faire de la région.

L'entreprise s'est alors orienté vers une gamme de produit vinicole de haute qualité et certifiée de divers label bio-écologique tel que Agriculture biologique, Label Demeter (Agriculture Bio-dynamique), Label Biodyvin (DD vinicole & terroir), et Biochapoutier

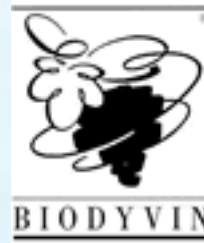


Maison Chapoutier

M. CHAPOUTIER

L'entreprise s'est donc spécialisé dans les vins biologique en revendiquant le terroir originel, lié au propriété du sol, du climat et du savoir faire de la région.

L'entreprise s'est alors orienté vers une gamme de produit vinicole de haute qualité et certifiée de divers label bio-écologique tel que Agriculture biologique, Label Demeter (Agriculture Bio-dynamique), Label Biodyvin (DD vinicole & terroir), et Biochapoutier



Gerbe Savoyarde



- ▶ La gerbe savoyarde est une entreprise d'origine familiale destinée à fabriquer et commercialiser des produits de Boulangerie-Viennoiserie-Pâtisserie pour les professionnels de la Distribution et de la Restauration. L'entreprise cultive un savoir faire transmis de génération en génération mais permettant de conserver le gout et la qualité des produits.
- ▶ L'entreprise se veut parfaitement intégrer au marché local et mise sur des circuits court très réactif comme positionnement. Avoir recours au commerce local d'approvisionnement local sans pour autant ne pas négliger d'élargir ses horizons au niveau de l'offre de produit permet à Gerbe savoyarde d'associer un minimum l'innovation et le terroir.
- ▶ L'entreprise tend vers un élargissement du marché en s'appuyant sur son savoir faire.
- ▶ Elle a comme élément phare des produits montagnards à diverses saveurs (ex : Saint Génix, noix dauphiné...) qui l'inscrit dans le terroir du Rhône Alpes



L'entreprise Cellier des Dauphins

Présentation de l'entreprise : L'histoire commence dans les années 60, au coeur du vignoble des Côtes du Rhône, en Drôme Provençale lorsque les vignerons de 6 caves coopératives drômoises décident de s'unir et de se lancer dans la mise en bouteille en région de production pour mieux valoriser le fruit de leur travail de vigneron, leur appellation et leurs terroirs.

La marque "Cellier des Dauphins" est issue de la première cave utilisée par l'UVCDR (Union des Vignerons des Cotes Du Rhone) qui appartenait au Dauphin de France.



Utilisation du terroir :

Cellier des Dauphins est la marque de vins d'appellation contrôlée la plus vendue en France aujourd'hui, et cela grâce à une campagne publicitaire d'envergure. L'origine d'un vin est forcément liée à son terroir qui est mis en avant surtout pour son climat et ses terres aptes à fournir les matières premières de qualité pour la fabrication d'un grand vin.

Cellier des Dauphins®



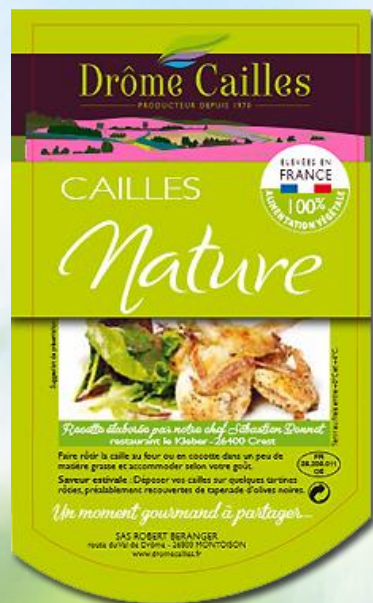
quand vos invités sont aussi des amis



L'entreprise Drôme Cailles

Présentation de l'entreprise : Implantée depuis plus de 40 ans au coeur de la Vallée de la Drôme, la SAS Robert BERANGER "Drôme Cailles" est spécialisée dans la filière de la caille, qu'ils maîtrisent parfaitement.

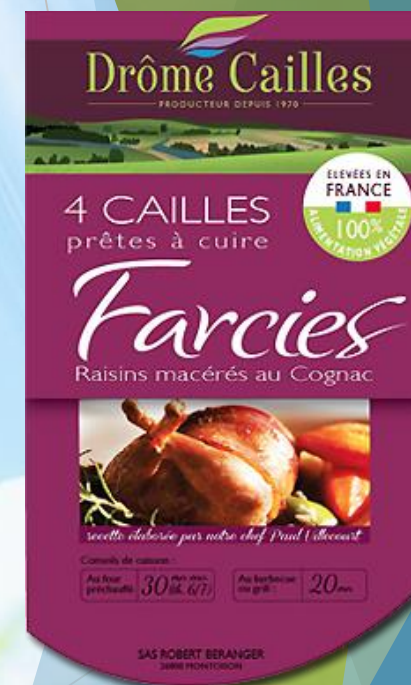
Les valeurs fondamentales de l'entreprise sont la qualité de produits, la satisfaction des clients et l'identité régionale.



Utilisation du terroir :

Drôme Cailles utilise son appartenance à un terroir et le valorise. En effet, tout leurs produits sont issus de cette région à laquelle ils s'identifient, selon leurs valeurs.

Leurs produits se rapprochent de la fabrication artisanale et ils représentaient leur région au salon de l'innovation 2014 à Paris.



L'entreprise Les saisons de Rosalie

Présentation de l'entreprise : Les saisons de Rosalie, entreprise fondée par Philippe Bruneton, meilleur confiturier de France, et Marie-Françoise Bonnard propose des confitures et des gourmandises uniques grâce à leurs méthodes de fabrication originales. Ils sont installés à Longes, dans le Parc naturel du Pilat, au coeur du Rhone (69)



Utilisation du terroir :

Cette entreprise a choisi de d'abord se faire connaître localement grâce des reportages de la télé locale pour finalement obtenir un reportage sur France 3.

La presse papier a également parlé de cette entreprise, en partie grâce au prestige de Philippe Bruneton.

Le terroir n'est donc pas mis en avant lors de la campagne publicitaire mais s'inscrit dans le développement de l'entreprise qui est d'abord une entreprise locale.



L'entreprise La ferme d'Edmée



La Ferme d'Edmée

Production et vente de confitures, sirops, coulis, vinaigres...

Présentation de l'entreprise : La Ferme est située à Grésy-sur-Aix, à quelques kilomètres d'Aix-les-Bains. En 1983, la ferme n'était encore qu'un verger de petits fruits rouges. Depuis, tous les fruits sont utilisés pour la transformation, on parle alors de confiterie.

Slogan : "La ferme d'Edmée, la simplicité des bons produits Savoyards"

Utilisation du terroir : Cette entreprise privilégie clairement les matières premières issues de son terroir : la Savoie ! Elle souhaite rester une entreprise locale et développe son commerce auprès des revendeurs locaux, en excluant internet;



L'entreprise Le chaudron d'or

Présentation de l'entreprise : Le chaudron d'or est une entreprise de fabrication artisanal du traditionnel nougat de Montélimar sous différentes formes comme le tendre, le dur ou encore enrobé de chocolat.

Leur atelier de fabrication se trouve au centre de Montélimar, dans le département de la Drôme (26).

Utilisation du terroir :

L'entreprise mets en avant son appartenance à un terroir en utilisant des produits locaux comme le miel de de lavande de la Drôme. Le choix de tels produits est valorisé grâce au label "Secrets de terroir, Drôme Provençale", qui valorise les produits de sa région.

Il propose également de faire visiter son usine afin de faire connaître ses méthodes artisanales de façons ludique.



4. Exemple d'entreprise et comparaison

Type d'enseigne et mise en avant du terroir



Influence du terroir sur le rayonnement

Valorisation du terroir ?	Nombre d'entreprise régionale	Nombre d'entreprise nationale	Nombre totale d'entreprise
oui	15	9	24
non	5	6	11

Valorisation du terroir par les entreprises régionales



Valorisation du terroir par les entreprises nationales



Ces graphiques nous montrent que les entreprises nationales, qui disposent certainement d'un budget de communication important, ne l'utilise pas pour mettre en avant leurs produits régionaux car vise un marché moins local. Tandis que les entreprises régionales utilisent plus facilement leurs produits terroirs pour communiquer et booster leurs ventes.

Entreprise régionales → commerce de proximité (circuit court) → gamme étroite et spécialisée

Entreprise nationales → Large distribution (circuit long), gamme large

La différence de cible induit une utilisation du terroir différente et une importance de la revendication +/- forte

Les indicateurs de comparaison - fromage



Entreprise	Entremont	Fromagerie de l'étoile	Fromagerie Chabert	Fromagerie de la Tomme de Capra
Valorisation du terroir	Oui	Oui	Oui	Oui
Indicateurs	- Notion géographique - Symbole de la région	- Légendes - Ingrédient et produit typique	- Process - Ingrédient et produit typique	- Process - Ingrédient et produit typique - Symbole de la région
Type d'acteur	Leaders	Concurrent	Challenger	Suiveur
Communication	Logo + slogan	-	Logo	-
Distribution	Chaine de distribution	Chaine de distribution	Chaine de distribution + local	Local + export (-)

Les indicateurs de comparaison - charcuterie



Entreprise	Henri Raffin	Stemmelen	Montserret	Maison Colombo
Valorisation du terroir	oui	non	Non	
Indicateurs	Slogan + visuel rappelant la savoie	Origine de la matière première + Savoir-faire	Origine de la matière première + Savoir-faire	Origine de la matière première
Type d'acteur	Leaders	Concurrent	Suiveur	Concurrent
Communication	Déclinaison de marques	Au travers de la gamme	/	Hygiène et développement durable
Distribution	Chaîne de distribution nationale et locale	Chaîne de distribution nationale	Chaîne de distribution nationale + export + locale	Chaîne de distribution

5. Le terroir et l'innovation

Cas du Picodon

Le terroir et l'innovation



L'intérêt de l'innovation réside dans la possibilité d'exposer aux clients un produit avec une nouvelle valeur ajoutée. Ces innovations peuvent augmenter ou diminuer cette valeur mais elle a généralement pour but de répondre à l'évolution des besoins des clients ou des clients.

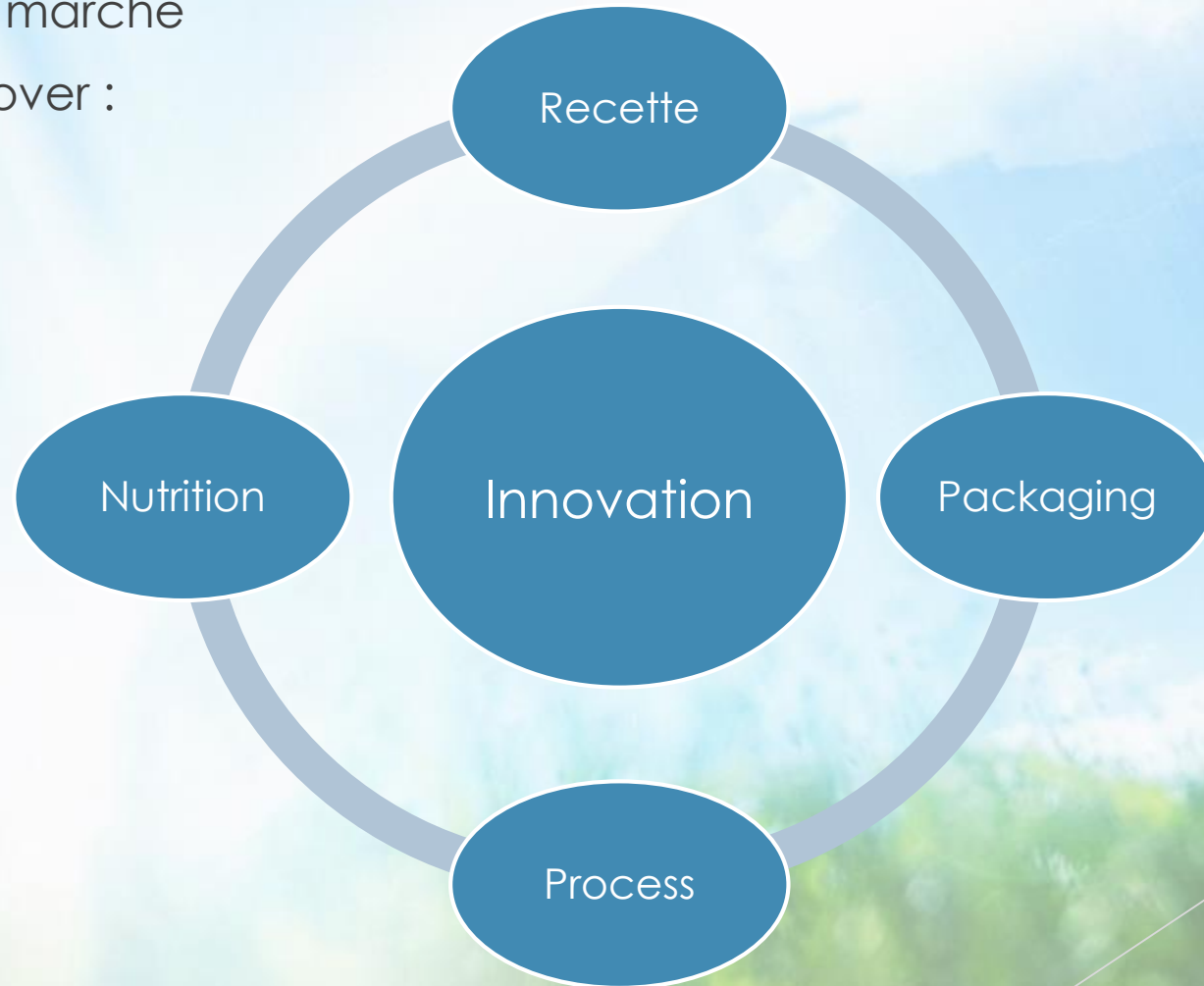
La difficulté pour les entreprises fortement connoté par la marque du terroir est de pouvoir allier : d'une part la force de l'innovation qui implique la notion de changement et d'évolution et d'autre part la notoriété et le charme des produits qui ont déjà fait leur preuve auprès de la clientèle impliquant des notions conservatrices et d'immuabilité.

Certaines entreprises jouent pourtant la carte de l'innovation de manière subtile afin de redorer leur image en donnant un coup de jeune à leurs produits ou établissent de nouvelles combinaisons pour associer le terroir avec de nouveaux goûts.



L'innovation et le terroir

- Revisiter un produit un mode de fabrication pour relancer le produit, l'entreprise, le marché
- Comment innover :



Le cas du Picodon - AOP



Le Picodon,
fromage de chèvre
de la Drôme et de l'Ardèche,

innove avec un nouvel
emballage commun à l'ensemble
de ses producteurs et plus proche
des nouveaux consommateurs,

poursuit une tradition
ancestrale pour le maintien d'une
qualité irréprochable due à son AOP.

Une famille à découvrir
dans les 3 Picobox contenant
2 fromages à choisir selon ses papilles
Jeune, Affiné ou Méthode Dieulefit.



Pico.box
campagne financée par le Syndicat du Picodon
avec le concours de la Région Rhône-Alpes et des Conseils Généraux de l'Ardèche et de la Drôme
www-picodon-aop.fr

- ▶ Avant :
 - ▶ Production disparate – emballage disparate
 - ▶ Visibilité du produit réduite au nom du produit
- ▶ Innovation du terroir
 - ▶ Packaging innovant (nouveaux, moderne, uniforme suivant le producteur)
 - ▶ Regroupement des producteurs
- ▶ Utilisation de l'innovation pour conforter le terroir
 - ▶ Consolide l'image traditionnel (design)
 - ▶ Uniformise l'emballage entre entreprise
 - ▶ Met en avant les labels (AOP, AB)
- ▶ Dilemme : faire du neuf avec du vieux

Conclusion

Prépondérance majeure du terroir dans la stratégie de communication des entreprises

Exploitation principale du terroir dans les secteurs viande, charcuterie et fromagerie

Marché de proximité déjà très développé car forte cohésion de la région

Tendance actuelle des entreprises à s'exporter hors de la région (PicoBox...)