

« Fabriqu^é en Aveyron » : Une marque à la conquête des consommateurs



ECONOMIE La nouvelle agence territoriale pour booster l'attractivité et l'économie du territoire, a été lancée jeudi dernier à Rodez en présence des chefs d'entreprises du département. A.A.A. (Aveyron Ambition Attractivité) dont nous avons dévoilé les contours dans notre édition du 23 novembre a été présentée par Jean-Claude Luche qui présidera la structure. Elle prend la suite de la défunte Aveyron Expansion et constitue toujours l'agence portant l'ambition de développement économique du Conseil départemental de l'Aveyron.

Comme l'a rappelé le sénateur aveyronnais, l'objectif du Département est toujours d'atteindre ce seuil de 300.000 habitants et l'agence d'attractivité participe à cet objectif. Pour lui : « C'est une démarche fédératrice de toutes les énergies, un lieu de concertation de tous les partenaires et acteurs de la vie économique ». Outre le conseil départemental, les chambres consulaires sont parties prenantes, ce qu'il a rappelé devant les chefs d'entreprises dont 360 acteurs économiques aveyronnais adhèrent à cette action.

Consommer aveyronnais
L'ambition de promouvoir l'Aveyron est au cœur de l'action présentée via les 2 marques commerciales.

Les chiffres
• 360 entreprises titulaires de la marque « Fabriqu^é en Aveyron »
• 3000 références de produits labellisés
• Pour 89% des Français la marque évoque « l'authenticité et la fabrication selon un savoir-faire local »
• Pour 77% c'est une garantie de qualité
• Pour 35% c'est un critère principal d'achat
• 52% des entreprises adhérentes sont dans le secteur agro-alimentaire, 17% secteur bois, 12% mécanique et construction, 7% textile et cuir, 6% artisanat d'art, 4% édition, 2% BTP, construction

La première permet à 360 entreprises aveyronnaises d'apposer les couleurs du « Fabriqu^é en Aveyron » sur plus de 3600 produits. Comme attendu la grande majorité de ces produits sont agro-alimentaires et représentent le meilleur des terroirs aveyronnais. Toutefois l'artisanat, l'industrie et les services sont aussi dans la démarche et utilisent la marque (voir par ailleurs). L'objectif étant de proposer de consommer des produits fabriqués ici, qui bénéficient de l'image de l'Aveyron, source de qualité et de sérieux. La distribution de ces produits permettant aussi de développer l'économie locale en exportant le savoir-faire, le goût aveyronnais, bien au-delà des limites du département.

La deuxième marque « Aveyron Vivre Vrai » permet de valoriser les atouts de notre département afin d'attirer de nouvelles populations, actifs ou touristes.

La première enquête sur les marques

Réalisée au printemps, l'enquête confirme le bien fondé de la démarche et la satisfaction des entreprises engagées avec la marque. Le « fabriqu^é en Aveyron » est un argument commercial tant pour les artisans que pour les produits agro-alimentaires. Si 68% des entreprises sont satisfaites de la marque, la plus-value apportée sur leurs produits n'est constatée que par 1 entreprise sur 2. La table ronde où plusieurs chefs d'entreprises ont pu témoigner, confirme leur attachement au label et leur motivation à le développer. Des actions de communication sont d'ailleurs prévues pour valoriser la marque et les produits et développer sa notoriété.

Une conférence sur le « Made in Local »

Attendue avec intérêt, car le thème était si proche de la démarche de la marque Aveyron, la conférence de Raphaël Souchier a passionné l'assistance. Ce Breton a réussi en quelques minutes à convaincre ou conforter les participants que tout le monde était gagnant à consommer local. Si les grandes statis-

tiques économiques nationales n'en seront pas modifiées, les effets locaux seront exponentiels sur la vie économique. Les réseaux locaux d'entrepreneurs se développent sur toute la planète et la démarche aveyronnaise est partie prenante de ce mouvement.

Intégrer et jouer le jeu d'un réseau local peut permettre de booster par 3 le business. Il argumentera pas quelques chiffres sa démonstration : « Si vous achetez à une entreprise nationale, seulement 10% du budget circulera localement. Si vous achetez à une entreprise locale c'est 52% du montant qui circulera localement ».

Encourager les entreprises et les habitants à acheter local c'est assurer la prospérité du territoire et assurer la diversité des entreprises.

Aujourd'hui en Aveyron, pour 100 € d'achats, le taux de circulation locale est de 16,9 %, ce qui est mieux qu'au plan national. Il invite les chefs d'entreprises, les collectivités territoriales et les consommateurs à prendre en compte cette notion d'achat local avant de prendre une décision d'investissement ou de choisir un produit dans le rayon du magasin habituel. En améliorant ce taux de 1%, ce sont près de 14 millions € supplémentaires qui irrigueraient l'économie aveyronnaise à dépenses constantes chaque année. Il terminera son intervention par une citation : « Le bonheur ne s'achète pas, mais tu peux acheter local, ça revient à peu près au même ».

THÉRIY FAVIER

Deux dossiers de référence pour approfondir le sujet : UTOPIES L'effet multiplicateur local à télécharger sur <http://www.utopies.com/fr/publications/effet-multiplicateur-local> Guide de l'achat Made in France à l'attention des acheteurs publics par la FIMIF à télécharger sur <http://www.fimif.fr/guide-de-lachat-made-in-france-et-l'attention-des-acheteurs-publics/> Le livre de Raphaël Souchier : Made in Local Éditions Eyrolles

Fabriqu^é en Aveyron : témoignages

Présents lors de cette soirée, deux chefs d'entreprises du Sud-Aveyron ont témoigné de l'importance de la marque « Fabriqu^é en Aveyron » pour le développement de leur business. Adeline Boudou est un enfant du Rougier de Camarès et a souhaité retourner au pays après un passage au sein de l'Éducation nationale. Elle a créé sa biscuiterie et s'est rapidement inscrite dans la démarche de la marque. Pour elle : « C'est un signe de reconnaissance de qualité et permet de se faire connaître à l'extérieur du département en bénéficiant de l'image positive de l'Aveyron ». Les délices du Rougier après 7 ans d'existence emploie 3 collaborateurs et proposent une vingtaine de recettes de biscuits salés et sucrés.

Laurent Bancarel a développé son entreprise « Chips de l'Aveyron » à Saint-Beauzély. Depuis 2 ans il arbore le label « Fabriqu^é en Aveyron » sur

ses produits qu'il distribue sur la moitié sud de la France. « Grâce à cette marque, des portes se sont ouvertes chez des distributeurs et grossistes de tout le sud-ouest. C'est ainsi plus facile de convaincre le consommateur car le produit est valorisé en magasin par les stickers de la marque. L'Aveyron a une image de marque de qualité dans les départements limitrophes et cette marque m'a permis de convaincre des grossistes de Bordeaux ou du Pays Basque ». Grâce au développement économique de son activité, l'entreprise va lancer en 2018 de nouveaux produits avec la marque Aveyron. Toujours près de Millau, l'entreprise Jasse du Larzou de La Cavalerie a développé un concept de « Village Aveyronnais » qui propose des animations commerciales dans les grandes surfaces autour des produits « Fabriqués en Aveyron » qu'elle fabrique ou distribue pour d'autres producteurs.

Votre journal s'engage

Adhérent à la marque territoriale, le Journal de Millau s'est engagé depuis près de 3 ans. Pour nous ce n'est pas la motivation d'exporter votre Journal aux 4 coins du monde quoi qu'il en soit ?

N'ai-je pas entendu du premier directeur du journal avec qui j'ai collaboré une phrase gravée dans ma mémoire : « Le soleil ne se couche jamais sur la zone de diffusion du Journal de Millau ».

Un peu excessif certes mais pas loin de la réalité, car vous prouvez fréquemment votre attachement à notre titre en renouvelant votre abonnement, vous les 500 abonnés millavois expatriés loin de l'Aveyron. Même si souvent la Poste prend son temps pour amener les nouvelles à destination.

La marque Fabriqu^é en Aveyron c'est pour le Journal de Millau la garantie de faire vivre le local.

Dans toute la chaîne de préparation et de fabrication du Journal de Millau il y a de l'Aveyron. C'est une équipe de rédaction,

de montage pré-presses et PAO, commercial et gestion qui travaille et vit à Millau.

Vous bénéficiez ainsi d'interlocuteurs sur place pour répondre à vos besoins pour informer et communiquer avec la communauté millavoise.

C'est une imprimerie qui chaque semaine, à La Cavalerie sur le Larzac, édite les 7000 exemplaires du journal, encore du local.

C'est ensuite un réseau de distribution basé à Millau qui prend en charge la diffusion de votre journal : un dépôt central qui gère l'approvisionnement de votre revendeur de quartier ou de village, un réseau de porteurs à domicile qui livrent dans votre boîte aux lettres le journal et c'est enfin votre facteur qui amène chaque semaine votre édition.

Du local, rien que du local. Si je me réfère aux 56,8% de circulation locale (voir ci-contre), le Journal de Millau est dans le coup pour arborer la marque Fabriqu^é en Aveyron.

T.F.



Fabriqu^é en Aveyron

Page aimée · 18 h ·

Un bel article hier sur la marque "Fabriqu^é en Aveyron" dans Le Journal de Millau

J'aime Commenter Partager

22

14 partages



Votre commentaire...



Connaissez-vous...

Voir tout



Frederic Rousseau

2 amis en commun

Ajouter