

Saveurs de

NORMANDIE



DOSSIER DE PRESSE



ÉDITO

Par **Sébastien WINDSOR,**
Président d'IRQUA-Normandie

Le dynamisme agroalimentaire normand accroît son rayonnement avec la marque Saveurs de Normandie !

« Créée en 2003, la marque collective des produits agroalimentaires normands Gourmandie signe ce que la Normandie fait de meilleur. Elle est le fruit d'une fierté partagée : celle de tous ses acteurs, réunis autour d'une même table, animés de cette volonté de faire rayonner l'agroalimentaire régional et de développer une activité non délocalisable sur les territoires normands.

Depuis 15 ans, notre ambition est celle du premier jour et la marque est devenue un véritable outil de développement économique au service des entreprises. Les résultats sont là : Gourmandie, c'est 100 entreprises adhérentes, 400 produits agréés, 17 000 emplois agroalimentaires et agricoles en Normandie...

À travers nos actions, nous nous engageons quotidiennement aux côtés de nos entreprises et

de nos agriculteurs. C'est donc tout naturellement que nous nous inscrivons dans la nouvelle dynamique de construction de la grande Normandie, pour porter l'identité et la qualité des produits Normands chez nous, sur le territoire national et à l'international.

Aujourd'hui, afin de renforcer cette mobilisation, Gourmandie dit **OUI à la Normandie** et se positionne en déclinaison agroalimentaire de la marque territoriale NORMANDIE lancée par l'Agence Normandie Attractivité. Pour sceller cette évolution, la marque devient officiellement : **SAVEURS DE NORMANDIE**.

C'est une grande ambition que nous portons, avec les 100 entreprises, auxquelles se joindront demain toutes celles qui souhaitent partager notre fierté et notre engagement à construire ensemble de nouvelles actions qui feront rayonner la Normandie agroalimentaire ».



GOURMANDIE, 15 ans de goût et de valeurs !

UN TERRITOIRE UNIQUE, DES PRODUITS DE QUALITÉ, UNE NOTORIÉTÉ INTERNATIONALE !

Entre terre et mer, tradition et modernité, humilité et esprit de conquête, la Normandie est une région de contrastes qui a su cultiver au fil des années cet équilibre harmonieux lui valant aujourd'hui cette image fabuleuse : comblée d'atouts naturels, riche d'un patrimoine d'exception, forte du savoir-faire de ses habitants, cette belle région ne ressemble à aucune autre...

Grande région agricole et agroalimentaire, la Normandie séduit les amoureux du goût grâce à sa large palette de saveurs : fromages et crème, viandes et charcuteries, poissons et coquillages, produits cidricoles, fruits et légumes, spécialités sucrées... Sa gastronomie, mondialement renommée, allie avec bonheur, saveurs des herbages et parfums de la mer.

Depuis 15 ans, la marque collective des produits alimentaires normands valorise ce que la région fait de meilleur !

UNE AMBITION ORIGINELLE

Depuis l'origine, Gourmandie affiche la même ambition : **faire rayonner la Normandie agroalimentaire.**

Pour y parvenir, la marque s'est inscrite dans une démarche dynamique au service du développement du territoire normand et de ses acteurs, en répondant aux attentes des marchés et des consommateurs. Elle s'appuie à cet effet sur un socle de 4 valeurs fondamentales :

L'ORIGINE

Des produits traditionnels ou innovants, de la terre et de la mer, fabriqués en Normandie privilégiant des matières premières normandes.

LA QUALITÉ

Des produits élaborés selon un savoir-faire et de bonnes pratiques de fabrication.

LE GOÛT

Des produits dégustés et approuvés par un panel consommateurs (tests de dégustation : présentation, odeur, texture, saveur).

L'EMPLOI

Des entreprises contribuant au développement de l'économie et de l'emploi en Normandie.

Grâce à l'engagement et à l'implication de ses adhérents, tous fiers d'être Normands et de le faire savoir, elle **est aujourd'hui le véritable repère de confiance pour les consommateurs.**

15 ans d'actions... **GOURMANDIE en chiffres**

3^{ème} marque économique française
100 entreprises adhérentes,
400 références produits,
7 000 emplois agroalimentaires
10 000 emplois agricoles associés,
1 000 partenaires,
25 actions commerciales annuelles,
9,5 millions de supports de vente
(en Normandie et région parisienne),
400 kits de promotion dédiés,
un taux de notoriété de près de **70%**

...



OUI aux Saveurs de Normandie !

À partir de janvier 2018, Gourmandie deviendra officiellement **Saveurs de Normandie**, sans rien céder à l'exigence de qualité qui est sa marque de fabrique et qui fait la fierté de ses acteurs.

GOURMANDIE / NORMANDIE : UNE ÉVIDENTE SYNERGIE

Le rayonnement de la Normandie est une ambition commune à tous les acteurs économiques et politiques du territoire, qui partagent des intérêts communs. Pour atteindre cet objectif, agir ensemble est un impératif.

Avec le lancement de Normandie Attractivité, la région Normandie montre son ambition de développer **une marque territoriale forte, multisectorielle qui aura une résonance locale, nationale et internationale.**

La marque Gourmandie porteuse de crédibilité, de valeurs et d'un fort capital confiance, a choisi de **rallier avec enthousiasme cette nouvelle dynamique régionale, en évoluant dans sa dénomination, dans une dimension évidente de synergie et d'intérêt partagé.**

En se positionnant comme déclinaison « produit », elle permettra à la marque territoriale de capitaliser sur l'agroalimentaire, secteur clef de l'économie régionale, où l'origine Normande est un réel gage de qualité et de plaisir, grâce à la renommée de la Normandie.

En retour, elle bénéficiera de cette nouvelle impulsion, issue du déploiement de la marque territoriale sur tous les secteurs économiques d'excellence de la Normandie et du rayonnement à l'international.

En **évoluant dans sa dénomination et son identité visuelle**, la marque **Saveurs de Normandie** confirme, de façon claire et moderne, sa synergie avec la marque territoriale **NORMANDIE**.





La marque agroalimentaire, de l'action, aujourd'hui et demain

Les entreprises adhérentes à la marque Saveurs de Normandie ont exprimé leurs projets pour demain.

Conforter son rôle dans la structuration de filières.

Le préalable est de rester vigilants à répondre aux attentes des marchés, en préservant les valeurs qui font aujourd'hui la force de la marque et sa crédibilité.

À ce titre, son positionnement amont-aval est en totale cohérence avec les attentes des consommateurs : **son rôle dans la structuration de filières**, de la fourche à la fourchette, reste essentiel, avec notamment le développement d'une relation privilégiée entre fournisseurs et transformateurs normands, et bien sûr aussi avec les distributeurs.

Renforcer ses liens avec les secteurs porteurs de l'excellence normande.

Le lien établi entre la marque, **la gastronomie, le tourisme et la culture** est également un enjeu prioritaire à renforcer, ces secteurs étant **porteurs de l'image d'excellence de la Normandie** et accélérateurs d'un développement global au bénéfice de la région : c'est d'ailleurs tout l'enjeu de Normandie Attractivité que de **favoriser cette synergie inter-filières**, à travers les grands événements qui ne manqueront pas d'être conduits à l'avenir et auxquels Saveurs de Normandie participera avec enthousiasme.

Consolider son positionnement national et se déployer à l'international.

Cette nouvelle identité doit permettre à la marque de **renforcer sa dynamique sur le marché francilien et national**, de poursuivre ses actions sur la lancée de ce qui a été engagé depuis plusieurs années (conventions d'affaires, trade marketing, théâtralisations magasins, salons,...) et surtout **se déployer à l'international** grâce à **cette nouvelle bannière agroalimentaire partagée, visible et claire**.

Et de nouveaux projets collectifs !

De **nouvelles collaborations réseau** seront initiées ou renforcées, dans des domaines divers, comme le partage de forces commerciales, le co-branding, la logistique, le développement du lien entre les jeunes et le monde de l'entreprise, la transition numérique, l'intelligence économique... **la marque ne manque pas d'ambition !**



Saveurs de Normandie, une marque au bénéfice de tous

La marque conduit des actions au service de ses filières, de ses entreprises, des consommateurs, des partenaires commerciaux et de l'ensemble du territoire. Aujourd'hui, grâce à la démarche partenariale entre **Saveurs de Normandie** et **Normandie Attractivité**, ces actions vont bénéficier d'un déploiement et d'un impact renforcés, au profit de tous.

Saveurs de Normandie, c'est...

POUR LES AGRICULTEURS ET LES PÊCHEURS

- Une garantie de débouché économique sur le territoire,
- Une coopération de filière avec la transformation agroalimentaire, génératrice de valeur ajoutée partagée,
- Une réponse à la crise actuelle.

POUR LES CONSOMMATEURS

- Un logo facilement identifiable,
- Une réassurance et une promesse gustative,
- Un engagement pour l'emploi.

POUR LES ENTREPRISES ET LEURS SALARIÉS

- Une reconnaissance de leur savoir-faire,
- Un réseau d'échanges dynamique,
- Un véritable levier commercial et un accélérateur de développement.

POUR LES PARTENAIRES COMMERCIAUX

- Une offre différenciée, porteuse de valeur ajoutée et d'image,
- Des actions commerciales et des outils de promotion,
- Le soutien à l'emploi agroalimentaire et agricole régional.

POUR LE TERRITOIRE

- Une image positive, moderne et dynamique de la Normandie agroalimentaire,
- Un vrai facteur d'attractivité pour la région,
- Un enjeu social (l'emploi).

Soirée des Saveurs normandes : fiers de leur région et ambassadeurs de leurs produits

PRIX DES TALENTS NORMANDS

Certaines initiatives des entreprises Saveurs de Normandie ont été récompensées lors de la soirée des Saveurs normandes. Parmi les Talents Normands mis à l'honneur :



Anne-Marie Talbot,
Directrice

TRIPES PAILLARD THÉMATIQUE « EMPLOI »

Anne-Marie Talbot porte au quotidien la conviction que les chefs d'entreprises ont une vraie responsabilité vis-à-vis de l'insertion des jeunes dans la vie professionnelle car ceux-ci constituent l'avenir des entreprises.

A ce titre, elle a initié et accompagne depuis plusieurs années la marque dans cette voie, avec notamment pour rappel en 2014, une participation active dans le lancement de l'opération « *Gourmandie pour l'emploi, devenez un héros local !* », qui témoignait de la volonté de la marque de contribuer au développement de l'emploi agroalimentaire en Normandie.



Gilles Lechevalier,
Directeur le Neubourg

SOÇOPA VIANDES THÉMATIQUE « DYNAMISME AUTOUR DE LA MARQUE »

La filière bovine qui représente plus de 15 000 exploitations en Normandie se mobilise activement pour la valorisation de la marque Saveurs de Normandie. Ainsi, cette année, SOCOPA a initié avec l'enseigne AUCHAN une structuration de la filière régionale dans la perspective d'offrir en libre-service une viande Saveurs de Normandie, dont l'offre s'étendra progressivement à l'ensemble de la région ainsi qu'à la couronne ouest de Paris.

Cette initiative s'accompagne d'un appui au dispositif de «solution normande clef en main» développée par Saveurs de Normandie pour les magasins, via le cofinancement de jours d'animations avec un chef normand.

Enfin, SOCOPA a aussi pris l'initiative d'estampiller sa flotte de camions avec le logo de la marque régionale, contribuant ainsi au développement de sa notoriété.



Jean-Luc Blandin,
Co-gérant

LA CHAISERONNE THÉMATIQUE « LA GAMME DE PRODUITS »

Jean-Luc Blandin affiche sa fierté d'adhérer à la marque et la valeur ajoutée qu'elle apporte à son entreprise de façon simple, claire et efficace : la quasi-totalité de sa gamme est agréée et pas moins de 27 produits arborent fièrement le logo dans les magasins. Et le déploiement du logo sur les produits dans les rayons, c'est le 1^{er} vecteur de promotion de la marque. Cette implication témoigne aussi de l'ancrage territorial de La Chaiseronne et de son souci constant d'élaborer des produits de qualité, valorisant les productions agricoles régionales.

Remise des prix « Théâtralisation de la marque »

Dans le cadre de la 6^{ème} édition du tract multi-enseignes, magasins et entreprises ont participé au challenge « théâtralisations de la marque ». Les meilleures mises en avant ont été récompensées.



5



4



3



2



GRUCHET LE VALASSE



1



Régal des papilles

Merci aux chefs normands qui, tous les jours, subliment les produits de notre région. En tandem avec des entreprises Saveurs de Normandie, ils ont régalé les convives lors de la soirée des Saveurs Normandes.



Chef

Olivier BARBARIN, Le Séran (Audrieu)
En tandem avec les **Huîtres Grandin**
(Agon-Coutainville)



Menu

*Huître de Normandie snackée en gelée,
espuma chorizo de cochon de Bayeux.*



Olivier BRIAND, Ty Gibus (Caen)
En tandem avec **la Ferme du Moulinet**
(Sainte Mère Eglise)

*Mini bol lacté, fromage blanc, chocolat et
condiments sucrés.*



Chef

Laurent BLANCHARD, In Situ (Rouen),
En tandem avec **Sepoa-Delgove**
(Fécamp)



Menu

*Médaille de truite fumée de Normandie,
mouseline de betterave à l'huile de truffe.*



Stéphane CARBONE, Stéphane
Carbone Restaurant (Caen)
En tandem avec
Mamie Normandie (Bayeux)

La Fallue façon tropézienne.



Chef

Benoît GUILLAUMIN,
Aux casseroles qui chantent (Caen)
En tandem avec **les Ateliers d'Etran**
(Dieppe)



Menu

*Marmelade pommes-ananas, onctueux de
caramel de pommes dieppoises, crumble de
pommes.*



Paulo FERREIRA, Lycée Jean Monnet
(Mortagne au Perche)
En tandem avec **la Fromagerie Réo**
(Lessay)

Moelleux poire et caramel au beurre doux.



Chef

Pierre LEFEBVRE, L'accolade (Caen)
En tandem avec **le Clos Saint Philippe**
(Vaux sur seuilles)



Menu

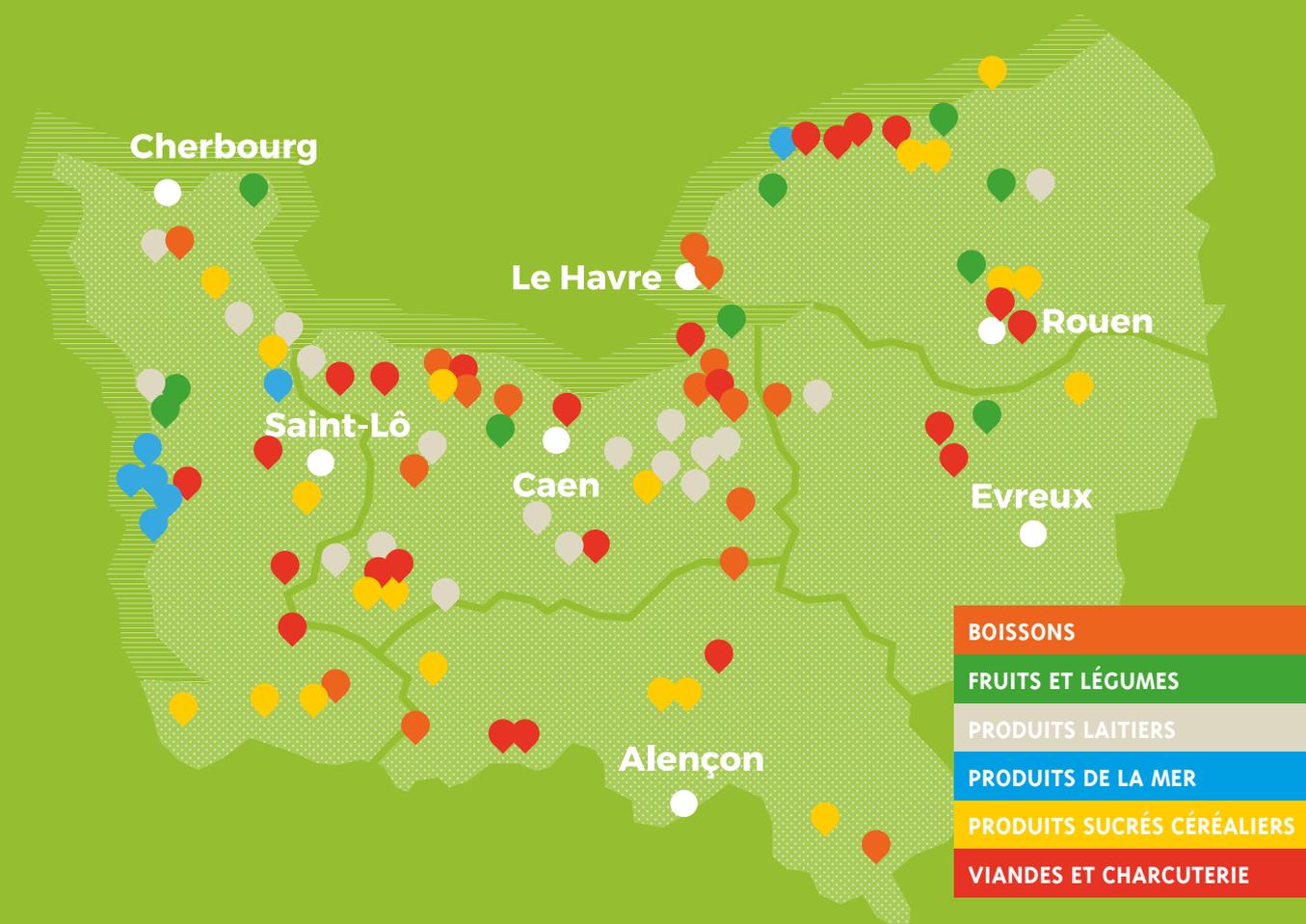
*Lapin du Clos Saint Philippe et navet
bio aigre doux.*



Gilles POUDRAS, le Manoir d'Hastings
(Bénouville)
En tandem avec **les Jardins de Créances**
(Créances)

*Chouquette de légumes de Créances,
crumble mimolette d'Isigny.*

La carte des Saveurs de Normandie



CONTACT PRESSE :
ASUWISH
Amandine FERRÉ - amandine@asuwish.fr
Tél. 06 15 25 88 60

CONTACT :
IRQUA-Normandie
Emélie ALLIX - eallix@irqua-normandie.fr
Tél. 02 31 47 22 63