

Saveur | Au Salon de l'agriculture de Paris, les Périgourdins ont leur boutique de producteurs



Cette année, le Conseil départemental de la Dordogne a souhaité s'offrir un stand rien qu'à lui au salon de l'Agriculture à Paris. Depuis deux ans, la collectivité souhaite développer deux axes majeurs pour faire la promotion de son territoire : la gastronomie et ses filières agricoles à travers des animations culinaires proposées jusqu'au dimanche 1er mars et le tourisme avec la présence des offices du tourisme. La nouveauté de cette édition, c'est une boutique des producteurs où sont présentés une centaine de produits sous signe officiel de qualité en présence d'agriculteurs locaux.

Conscient de la difficulté des entreprises périgourdines d'être présentes à la Porte de Versailles pour des questions de coût, le Conseil départemental a trouvé la solution pour accueillir, dans un espace dédié, des producteurs et créer un espace de vente. La collectivité a initié une boutique des producteurs, bien visible au coeur de l'espace des régions. Depuis des années, au Salon de l'agriculture de Paris, le rituel est immuable. Le Périgord s'affiche à la Porte de Versailles pendant dix jours, malgré une présence de moins en moins nombreuses des producteurs périgourdins, en raison des aspects budgétaires. Comme l'an dernier, ils ne sont que cinq : les foies gras Grolière, artisan conserveur au Bugue, la Brasserie artisanale de Sarlat, la ferme des quatre vents, qui fabrique des produits textiles à base de chèvres Angora, Alexandre Toson, canards gras, au Buisson de Cadouin et la Sarl Jean de Rocamadou, conserves de plats cuisines de Calès.

Pourtant l'espace Dordogne Périgord, les 600 000 visiteurs du SIA ne peuvent le manquer. En deux ans, il est passé de 60 m² à 120 m² cette édition pour un coût de 180 000 euros, hors charges de personnel. Une dizaine d'agents sont présents chaque jour. Germinal Peiro, le président du Département assume cette nouvelle stratégie de communication : *Depuis que je préside le Conseil départemental, j'ai voulu que l'on renforce notre présence au salon de l'agriculture, car c'est un lieu où l'on a l'occasion de présenter au grand public, et notamment des visiteurs venus de toutes les régions de France le meilleur de la Dordogne, des produits sous signe officiel de qualité, de la noix, du canard, de la truffe, du miel, des cèpes. En plus on a réussi à réunir sur un même lieu, le tourisme avec la présence des offices du tourisme qui assurent la promotion du territoire et l'agriculture avec ses filières agricoles d'excellence.*

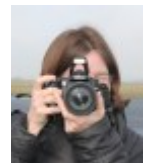
Une centaine de références proposées à la vente

Le Département a donc initié cette boutique au coeur du Salon où une centaine de références sont proposées à la vente. Les amateurs de foie gras, de truffes, de noix, de châtaignes, de cabécous, de caviar, de cèpes, de miel, de vins de toutes les appellations trouvent leur bonheur. Les produits sous signes officiels de qualité sont aussi mis en valeur à travers des animations culinaires menées par des cuisiniers de la Dordogne. Et on peut déguster. Dès les premières heures de la matinée, les visiteurs en redemandent, et chez certains cela déclenche l'acte d'achat.



Chez les producteurs, on salue l'initiative. " C'est une première expérience intéressante, certains points d'organisation seront peut être à améliorer à l'issue de ces dix jours. Je suis à la tête d'une exploitation qui produit des noix, des cerneaux et de l'huile et nous avons un atelier bovins viande. Je suis présent pour deux jours avec mon épouse. S'absenter dix jours de la ferme aurait été impossible pour des questions d'emplois du temps. Et avoir un stand, c'est impensable au vu du budget. De cette façon là, cela nous donne une certaine lisibilité et cela permet d'échanger aussi avec le grand public, à un moment où nous jouissons d'une mauvaise image, notamment le secteur de l'élevage. L'image de la noix est par contre très bonne. Nous avons été sélectionnés par notre syndicat , témoigne Laurent Charbonnel, qui a repris l'exploitation familiale en 2005.

Même avis du côté de l'entreprise agroalimentaire Péchalou de Saint Cyprien. " Moi je suis plutôt un habitué des marchés. Depuis cette année, nous vendons nos yaourts sur les marchés de Dordogne. Ce qui est intéressant, c'est que l'on est au contact direct du public, qui n'a pas au premier abord le réflexe d'acheter. Notre rôle c'est de donner envie, à travers les dégustations. Ce sera sans doute une expérience à renouveler", estime Stéphan Lebran animateur de ventes chez Péchalou. Jusqu'à dimanche ils seront 90 producteurs ou représentants de petites entreprises agroalimentaires à se succéder sur le stand et à donner envie aux visiteurs d'emporter un morceau de la gastronomie du Périgord. Et de prendre des contacts pour que ceux-ci viennent séjourner en Dordogne.



Claude-Hélène Yvard

Crédit Photo : Claude-Hélène Yvard
Publié sur aqui.fr le 25/02/2020

[Url de cet article](#)