

Agro-Marketing Suisse, les branches et SUISSE GARANTIE

L'agriculture suisse se trouve aujourd'hui confrontée à des défis de taille: négociations OMC II, mondialisation des marchés et renforcement de la concurrence étrangère pour les produits suisses, coûts de production élevés, revenus tendanciellement à la baisse, recul du soutien de l'État, durcissement de la guerre des marges et des prix sur le marché des denrées alimentaires, modifications des habitudes de vie et de consommation, consommateurs courtisés avec empressement de tous côtés et marchés saturés. Une des conséquences de cette situation, c'est qu'un marketing professionnel et bien coordonné est plus nécessaire que jamais à la commercialisation des produits agricoles indigènes.

Agro-Marketing Suisse a été fondé début 1997 pour coordonner les différents programmes de marketing et de communication des diverses branches de l'agriculture. Ses objectifs : offrir au denrées alimentaires produites par l'agriculture suisse, via diverses mesures, une présence professionnelle sur le marché, attiser la sympathie pour les produits indigènes, contribuer par conséquent indirectement à l'augmentation de la valeur ajoutée et à la sauvegarde du revenu des producteurs.

La Confédération, via l'actuelle législation agricole, soutient la promotion des ventes des produits agricoles par des montants certes limités, mais néanmoins très importants pour l'agriculture, comme c'est le cas dans l'UE, aux États-Unis et dans d'autres pays industrialisés. La raréfaction des ressources financières impose une affectation optimale de cet argent. Autant dire que pour parvenir à maîtriser dans ces conditions les enjeux du marché, la collaboration s'impose.

Participation de toutes les organisations agricoles importantes

Aujourd'hui, AMS compte une quarantaine de membres. Toutes les interprofessions et organisations de producteurs importantes y participent, de sorte qu'AMS est une plateforme de promotion des ventes représentative de la réalité agricole suisse. AMS a défini les objectifs suivants, afin d'offrir aux produits agricoles indigènes un accès optimal au marché :

- Utiliser les synergies existantes entre les multiples mesures de communication des organisations agricoles, afin de mettre en oeuvre une promotion des ventes commune efficace.
- Fournir un soutien professionnel optimal en matière de marketing pour l'écoulement des produits de l'agriculture suisse.
- Optimiser le rapport coût / utilité des activités de marketing en faveur des produits de base de l'agriculture.

Objectif central d'AMS en 2004: le lancement de SUISSE GARANTIE

Cette année, pour AMS comme pour l'écoulement des produits agricoles suisses, le lancement de SUISSE GARANTIE, notre nouvelle indication de provenance pour l'ensemble de l'agriculture, a incontestablement constitué le projet le plus important.

Des études ont montré que le consommateur suisse privilégie les produits indigènes et qu'il exige une déclaration sans ambiguïté de leur origine. Pour les produits alimentaires en particulier, la production suisse est un critère qualitatif. Afin d'utiliser l'origine comme un atout marketing déterminant, AMS a décidé de désigner uniformément les produits agricoles helvétiques. C'est pourquoi il a créé la marque de garantie SUISSE GARANTIE. Ce faisant, il a satisfait le besoin du consommateur de reconnaître clairement l'origine de ses aliments. Le lancement de la nouvelle marque répond également aux vœux des producteurs, contraints de profiler leur production sur des marchés de plus en plus ouverts. SUISSE GARANTIE, il faut le relever, a été accueillie favorablement par nos principaux partenaires du marché.

En tant que représentant de Fruit-Union Suisse, interprofession et organisation sectorielle du secteur fruitier et membre d'AMS, je me réjouis de voir la marque lancée initialement par l'Union maraîchère suisse et mon organisation s'être muée avec succès en une indication de provenance nationale. Ce lancement sur le marché a été rendu possible grâce à l'engagement d'AMS, en collaboration étroite avec nos principales organisations partenaires, l'USP, Migros et COOP. Je veux remercier ici tous ceux qui ont contribué à marquer d'une pierre blanche ce moment de l'organisation des ventes des produits agricoles indigènes. Et je forme des vœux pour que cet essai se transforme rapidement en succès.

Bruno Pezzatti
vice-président d'AMS et directeur de Fruit-Union Suisse
Baarerstrasse 88, Case postale 2559, 6302 Zoug
Tél. 041 728 68 68
bruno.pezzatti@swissfruit.ch