

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE relatif à l'assemblée générale d'AMS

Berne, le 15 juin 2020

### Adaptation de la stratégie d'AMS Agro-Marketing Suisse

*L'assemblée générale d'AMS a eu lieu sous forme écrite le 15 juin 2020. AMS a adapté sa stratégie. L'organisation souhaite renforcer son rôle de moteur et de plaque tournante pour la promotion des ventes de produits agricoles, notamment en développant sa collaboration avec l'Association Stratégie Qualité. La prolongation de la campagne « L'essentiel est invisible pour les yeux » pour les produits estampillés Suisse Garantie a été un succès.*

Dans le cadre du travail du comité, la révision de la stratégie occupait une place centrale pour AMS. Une analyse de la situation a été effectuée en tenant compte des segments de marché pertinents, et une stratégie actualisée a été élaborée sur la base de cette analyse. Elle comprend une vision, une mission et les grands axes stratégiques suivants :

- AMS se veut le moteur et la plaque tournante de la promotion des ventes de produits issus du secteur agroalimentaire suisse – lequel regroupe les organisations sectorielles et de producteurs, les transformateurs, le commerce de détail et la restauration – et agit comme interlocutrice pour la promotion des ventes soutenue par la Confédération.
- AMS ne représente pas un produit ou une branche en particulier comme le font ses membres. Elle défend l'idéal et les atouts de la provenance suisse au moyen de la marque faitière Suisse Garantie.
- AMS s'engage également pour tous les labels de provenance de la filière agroalimentaire suisse poursuivant les mêmes objectifs et travaille en partenariat avec les organisations les représentant.
- AMS occupe un rôle majeur dans le renforcement de la valeur ajoutée au sein du secteur agroalimentaire suisse et s'engage pour des denrées alimentaires de provenance suisse répondant aux besoins du marché et durables. L'association entretient un dialogue avec les organisations poursuivant un objectif similaire.
- AMS assume un rôle de leader dans la discussion sur les valeurs et assure la direction stratégique de la communication, et soutient ainsi également les petites filières.
- AMS exploite les synergies existantes, assurant ainsi une plus grande efficacité.
- En sa qualité de prestataire, AMS se charge des tâches qui peuvent être de meilleure qualité et moins chères en étant accomplies de manière groupée. Les membres sont invités à profiter de ces prestations.

### Collaboration avec l'Association Stratégie Qualité

AMS est membre de l'Association Stratégie Qualité, qui représente l'ensemble de la filière. Cette association se consacre au développement de la stratégie sur la valeur ajoutée de l'agriculture suisse. Il s'agit d'un projet à long terme, qui a pour but de distinguer de la production étrangère les produits de base issus du secteur agroalimentaire suisse au moyen d'un standard sectoriel, en tenant compte des attentes de la clientèle. AMS, qui souhaite adopter un rôle-clé dans tout ce qui a trait à la valeur ajoutée, travaille au premier plan avec l'Association Stratégie Qualité étant donné que les activités des deux organisations se recoupent en plusieurs endroits dans ce domaine.

### Campagne « L'essentiel est invisible pour les yeux » de Suisse Garantie

La prolongation de la campagne « L'essentiel est invisible pour les yeux » a été un succès et a eu un fort impact. Cette campagne montre que les produits n'incarnent pas seulement l'excellente qualité des matières premières et de la fabrication suisses, mais aussi d'autres valeurs et atouts tels que la préservation des emplois et de la tradition, la proximité avec la nature ou encore les courts trajets, en lien avec le débat sur le climat, ou encore l'autosuffisance.

L'utilisation de la marque faitière Suisse Garantie se poursuit à large échelle. Actuellement, 1377 entreprises de transformation et de commerce bénéficient d'un droit d'usage de la marque Suisse Garantie, que les groupes de produits suivants peuvent arborer s'ils répondent aux exigences concernées : fruits, légumes, lait, produits laitiers, fromage, viande, œufs, pommes de terre, sucre, champignons comestibles, céréales, huiles de table, miel et autres produits apicoles, poissons et écrevisses sauvages, fleurs coupées et plantes en pot. Parmi les entreprises qui proposent des produits Suisse Garantie figurent notamment Coop, Migros, Volg, Denner, Spar, Aldi, Lidl, Prodega et la chaîne de restauration McDonald's. Suisse Garantie certifie aux consommateurs la provenance du produit, que le logo permet de signaler clairement. La collaboration avec la branche sucrière a été intensifiée.

#### Renseignements :

AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21, CH-3007 Berne, [www.suissegarantie.ch](http://www.suissegarantie.ch)

Urs Schneider, président d'AMS  
Denis Etienne, gérant d'AMS

079 438 97 17  
031 359 57 78

#### AMS Agro-Marketing Suisse

Plus de 40 interprofessions et organisations de producteurs de Suisse sont réunies au sein de l'association Agro-Marketing Suisse (AMS). AMS a pour objectifs principaux :

- de promouvoir les ventes de produits suisses dans le pays et à l'étranger ;
- de faire connaître les produits qui portent la marque Suisse Garantie et sont par conséquent composés de matières premières suisses produites dans le respect des prestations écologiques requises et sans recours au génie génétique, ce dont atteste un contrôle certifié ;
- de soutenir au mieux, par des activités de marketing, la vente et la mise en valeur des produits agricoles ;
- de fournir des services aux interprofessions et d'assumer un rôle de coordinatrice ;
- d'assurer la qualité maximale des prestations en disposant d'une haute compétence professionnelle dans les domaines du marketing, de l'économie agricole et de la politique agricole.

