

Objectif de la stratégie	C1
Autres objectifs concernés	A1
No de l'activité	C-01

Programme d'activité 2012-2013

Connaissance des marchés

Contexte et définition du problème

La valorisation des produits joue toujours un rôle essentiel dans les revenus des familles paysannes. Le retrait de l'Etat dans la gestion des marchés agricoles et l'ouverture des frontières invitent à renforcer l'information des vulgarisateur-trice-s et des agriculteur-trice-s sur le fonctionnement de leurs débouchés en aval. Il s'agit de renforcer la compréhension des mécanismes de marché pour anticiper les évolutions et améliorer la prise de décisions.

La diversité croissante des sous-filières de mise en marché invite à analyser très finement les dynamiques des volumes et des prix sur chaque circuit de commercialisation, vente en grande distribution, vente à l'exportation, vente locale de produits de proximité, vente directe.

Contribution à la stratégie

Sans se substituer aux outils existants, AGRIDEA contribue à une meilleure formation des personnes actives sur ces questions et à un meilleur traitement de l'information collectée par l'OFAG, les organisations agricoles et les interprofessions nationales et régionales, notamment dans le cadre des observatoires des marchés. Il s'agit, à titre d'expert, de mettre en perspective les informations collectées par ailleurs, en insistant sur les dynamiques structurelles plutôt que sur la conjoncture à court terme. AGRIDEA contribue à une meilleure connaissance des marchés, des attentes des consommateur-trice-s et des effets des mesures de politique agricole et permet ainsi aux familles paysannes et aux organisations agricoles de prendre des décisions stratégiques en accord avec les opportunités de commercialisation. AGRIDEA réalise des enquêtes spécifiques auprès des consommateur-trice-s, des producteur-trice-s, des transformateurs et des distributeurs, ainsi qu'auprès d'experts dans les institutions, si l'information n'existe pas (sous-filière spécifique non distinguée dans les statistiques et/ou échelle géographique non traitée) ou s'il s'avère nécessaire d'approfondir les données existantes (notamment statistiques). Enfin, AGRIDEA développe une expertise sur les relations contractuelles en filière et plus largement sur les missions des interprofessions.

P.1.1. Acquisition de données de base et développement de méthodes

- Extension de la méthode «Value chain» afin de mieux connaître les différents circuits de mise en marché des produits des filières agricoles suisses.
- Suivi des fondamentaux des principaux marchés agricoles et alimentaires afin d'identifier les mécanismes de formation des prix et des marges en filière.
- Suivi et développement de méthodes en recherche marketing pour mieux connaître les attentes et les comportements d'achat des consommateur-trice-s.
- Veille sur l'étiquetage écologique.

P.1.2. Enquêtes et études ciblées

- Réalisation d'enquêtes marketing auprès des consommateur-trice-s sur des produits stratégiques d'intérêt général. Les résultats sont publics.
- Traitement des données de panels consommateurs et distributeurs sur des périodes longues (tous les six mois) afin de montrer les grandes tendances de la consommation des produits finis. Les résultats sont publics.

P.2. Initiation professionnelle, qualification et formation continue des vulgarisatrices et des vulgarisateurs

- Réalisation de cours pour les vulgarisatrices, les vulgarisateurs et les responsables des organisations agricoles sur les méthodes marketing de suivi de la demande des consommateurs et autres clients.
- Réalisation de cours sur les mécanismes de formation des prix sur les marchés de commodités agricoles, afin de renforcer la gestion des risques, dans un contexte d'incertitude sur les prix, voire de volatilité.
- Réalisation de cours et conférences sur la question de la contractualisation dans les filières de produits agricoles standards.
- Réalisation de cours sur le positionnement stratégique et le choix des circuits de commercialisation.

P.3.1. Information, documentation et moyens auxiliaires				
Publications sur les marchés des filières de produits agricoles suisses (vulgarisation, revues nationales et internationales).				
P.3.2. Développement et diffusion de logiciels				
P.4.1. Soutien en matière de vulgarisation, de formation professionnelle, de développement d'organisations et de groupes				
Conférences auprès d'un public varié de vulgarisateur-trice-s et agriculteur-trice-s, sur des thèmes liés à la connaissance des marchés.				
P. 4.2. Soutien de projets novateurs				
P.5. Plateformes et réseaux				
- Animation de plateformes spécialisées sur certains segments de marché (notamment restauration collective) ou sur les méthodes marketing afin de développer l'échange d'expériences entre les personnes intéressées.				
- Contribution au programme ProfiCrops – module consommateurs d'Agroscope ACW.				
P.6. Prestations et mandats (hors mandat de base)				
Réalisation de différents mandats sur des sujets liés à la connaissance des filières et des marchés pour des cantons, des communes, des chambres d'agriculture, des organisations agricoles, des associations de producteurs, des interprofessions, etc.				
P.7. Soutien aux tâches d'exécution (OFAG)				
Réalisation et collaborations				
Personnes de contact chez AGRIDEA				
Sophie Réviron (Lausanne) et Alfred Bänninger (Lindau).				
Groupes concernés				
Marchés, Filières (520), Exploitation, Famille, Diversification (310).				
Collaborations externes				
Agroscope, IED (ETH), Profi-Lait ; interprofessions de branches.				
Groupes clients				
<input checked="" type="checkbox"/> Services cantonaux de vulgarisation multiplicateurs	<input checked="" type="checkbox"/> Familles paysannes	<input checked="" type="checkbox"/> Administrations publiques et institutions	<input checked="" type="checkbox"/> Organisations agricoles et interprofessions	<input checked="" type="checkbox"/> Autres groupes de clients