

Objectif de la stratégie	C2
Autres objectifs concernés	A1, E1
No de l'activité	C-02

Programme d'activité 2012-2013

Création de valeur ajoutée et mise en marché

Contexte et définition du problème

Le retour de la valeur ajoutée créée en filière auprès des productrices et des producteurs est un objectif essentiel de la stratégie d'AGRIDEA. Il s'agit d'identifier les circuits de vente qui offrent les meilleures garanties aux producteurs tant en ce qui concerne l'accès au marché que les prix payés. Les conseillères et conseillers doivent élargir leurs compétences pour pouvoir accompagner des projets de valeur ajoutée et des processus innovants initiés par les familles paysannes et les groupements impliqués dans la valorisation des produits et des prestations. La différenciation des produits que ce soit par la provenance suisse (Swissness) ou régionale, l'origine ou les promesses écologiques et éthiques offre de multiples possibilités pour accroître la préférence et le consentement à payer des consommatrices et des consommateurs. Les organisations collectives - telles que les interprofessions AOC - sont des moteurs essentiels dans la construction et le monitoring de ces promesses marketing. Elles offrent une alternative crédible à des systèmes pilotés et contrôlés par des entreprises d'aval, notamment les grands distributeurs.

Contribution à la stratégie

AGRIDEA soutient les familles paysannes et leurs organisations dans leurs prises de décisions opérationnelles et stratégiques pour la mise en marché de leurs produits. AGRIDEA contribue à la création de valeur ajoutée pour les agricultrices et les agriculteurs en fournissant une information de qualité sur les opportunités de marché liée à la différenciation et en étudiant les conditions optimales de fonctionnement des organisations collectives (objectifs économiques et non économiques, bénéfiques pour les membres, facilitation, gestion des conflits). AGRIDEA contribue à la création de valeur ajoutée en fournissant un savoir-faire spécifique à des projets de valeur ajoutée et d'innovation non technique : développement des concepts et des idées, concrétisation de ces idées jusqu'à la réalisation des projets, partant d'une analyse de marché en passant par les techniques de production jusqu'au marketing.

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

- Veille sur les différents labels et marques collectives : contenu, membres, fonctionnement.
- Développement de méthodes pour la mesure des préférences et consentements à payer des consommateur-trice-s pour des produits à promesse spécifique.
- Développement de méthodes pour la mesure des impacts territoriaux des filières offrant des produits à promesse spécifique (en particulier produits AOC-IGP).

P.1.2. Enquêtes et études ciblées

Réalisation d'enquêtes marketing auprès des consommateur-trice-s sur des produits à promesse spécifique. Les résultats sont publics.

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

- Réalisation de cours pour les vulgarisateur-trice-s et les responsables des organisations agricoles sur les méthodes marketing de suivi de la demande des consommateur-trice-s et autres clients pour des produits à promesse d'origine et/ou mode de production spécifique.
- Réalisation de cours sur la qualification des produits (cf. analyse sensorielle).
- Réalisation de voyages d'étude pour échange d'expériences autour de la mise en marché des produits régionaux.
- 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 labels : positionnement, pérennité de l'accès au marché et des suppléments de prix, impacts territoriaux (documents de vulgarisation, articles dans revues nationales et internationales).
- Actualisation (notamment concernant l'évolution des bases légales) et développement de publications d'AGRIDEA.

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				
Appui à différents projets de développement régional LAgr 93-1-c, impliquant les développement de produits et services.				
P. 4.2. Soutien de projets novateurs				
Appui à différents projets pour le développement de produits suisses différenciés, tels que le projet INTERREG Fromages AOC ou le projet AlpFUTUR.				
P.5. Plateformes et réseaux				
<ul style="list-style-type: none"> - Animation de la plateforme REGAL – Réseau d'échanges des Géographies de l'alimentation. - Appui à différentes associations : Association Patrimoine culinaire suisse, Association suisse des AOC-IGP, Fédération Pays romand – pays gourmand, IG Regionalprodukte. 				
P.6. Prestations et mandats (hors mandat de base)				
<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de différents mandats sur des sujets liés aux labels et marques collectives pour des cantons, des communes, des chambres d'agriculture, des organisations agricoles, des associations de producteurs, des interprofessions, etc. - Appui à différents projets de développement régional (art. 93-1-c de la loi sur l'agriculture), impliquant le développement de produits et services. 				
P.7. Soutien aux tâches d'exécution (OFAG)				
Identification dans l'inventaire du Patrimoine culinaire suisse des produits potentiellement enregistrables AOC-IGP (projet PC-AOC).				
Réalisation et collaborations				
Personnes de contact chez AGRIDEA				
Sophie Réviron (Lausanne)et Alfred Bänninger (Lindau).				
Groupes concernés				
Exploitation, Famille, Diversification (310), Développement rural (510), Marchés, Filières (520).				
Collaborations externes				
Association suisse des AOC-IGP, Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI), Organisme intercantonal de certification (OIC), interprofessions de produits AOC ou IGP.				
Groupes clients				
<input checked="" type="checkbox"/> Services cantonaux 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