



Vermarktungskonzept für die Aprikosen 2010

Vom Produktzentrum Aprikosen SOV/SWISSCOFEL am 2. März 2010 beschlossen.

1 Ziele

- 1.1 Optimale Marktversorgung bezüglich Menge, Sorten und Kategorien.
- 1.2 Segmentierung des Marktes entsprechend den Kategorien der Normen und nach den Marktbedürfnissen.
- 1.3 Einhalten des WTO-bedingten Marktzutritts bei Steinobst.
- 1.4 Exportmarkt: Ausnützung des Zollfreikontingents mit der EU, Export von Tafelaprikosen (500 t)

2 Absatzförderung

- 2.1 Anwendung der Normen und Vorschriften SOV/SWISSCOFEL unter Berücksichtigung der kundenspezifischen Wünsche.
- 2.2 Durchführen von Basiswerbung und Marktinformation, Massnahmen ergänzt mit individuellen Vermarktungsanstrengungen des Handels (Gross- und Detailhandel).
- 2.3 Durchführen von besonderen PR-Massnahmen und Promotionen wie Radiowerbung, Verkaufsanimationen, Aprikosenfest alle zwei Jahre, etc.
- 2.4 Verstärken des nationalen Herkunftsmarketings mit der Garantiemarke Suisse Garantie, ergänzt durch Sorten- und Qualitätsinformationen sowie durch Angaben über umweltschonende Produktionsmethoden.

3 Besondere Massnahmen und Empfehlungen für die kommende Ernte

- 3.1 Das regionale Früchtezentrum (d. h. IFELV) führt eine Analyse über den Ernteverlauf (verkäufliche Mengen pro Woche) durch und schätzt das Potential und die Menge der Aprikosen anfangs Juli vor Erntebeginn.
- 3.2 Empfehlungen an die Produzenten und Vermarkter:
 - Den Obstmarkt nur mit Früchten, die den Normen und Vorschriften SOV/SWISSCOFEL entsprechen, beliefern.
 - Tafelobstposten: optimales Einhalten des Erntedatums und der Erntefenster, sofortige Lieferung ab landwirtschaftlichem Betrieb und Lagerung ohne Verzögerung (Kühlzellen).
 - Ausschliesslich saubere, beziehungsweise neue Gebinde verwenden. Importgebinde sind für Schweizer Früchte nicht erlaubt.
 - Die Zusammenarbeit ist in folgenden Bereichen zu verstärken: Definition des Erntezeitpunktes, individuelle Qualitätsanforderungen der einzelnen Kunden und Vermarktungsbestimmungen.



3.3 Empfehlungen an die Vermarkter und an die Detaillisten:

- Die Verkaufsstrategien gemeinsam erarbeiten.

3.4 Exportförderung von Schweizer Qualitätsobst.

4 Preisbildung durch das nationale Produktzentrum Aprikosen

4.1 Die Richtpreise Abgang Wallis werden vor der Saison den verschiedenen Verpackungsarten entsprechend festgelegt; sie werden ab Erntebeginn und bis zum Schluss der Kampagne jede Woche analysiert (Telefonkonferenz). Rückwirkende Preiskorrekturen sind zu vermeiden.