



Concept de commercialisation pour les abricots 2010

Approuvé par le Centre de produits Abricots FUS/SWISSCOFEL le 2 mars 2010.

1 Objectifs

- 1.1 Approvisionnement optimal du marché en ce qui concerne la quantité, les variétés et les catégories.
- 1.2 Segmentation du marché en fonction des catégories définies dans les normes et des besoins du marché.
- 1.3 Observation de l'accès au marché exigé par l'OMC pour les fruits à noyaux.
- 1.4 Marché d'exportation: Utilisation du contingent exonéré de droits de douane avec l'UE, exportation d'abricots de table (500 t).

2 Promotion des ventes

- 2.1 Application des normes et prescriptions FUS/SWISSCOFEL en tenant compte des désirs particuliers des clients.
- 2.2 Réalisation de la publicité de base et de l'information relative au marché, mesures complétées d'efforts individuels de vente fournis par le commerce (grossistes et détaillants).
- 2.3 Réalisation de mesures PR spéciales et de promotions telles que la campagne radiophonique, animations des ventes, fêtes des abricots tous les 2 ans, etc.
- 2.4 Renforcement du marketing national basé sur l'origine suisse avec la marque de garantie «Suisse Garantie», complété d'informations sur les variétés et la qualité ainsi que d'indications relatives aux méthodes de production écologiques.

3 Mesures spéciales et recommandations pour la campagne à venir

- 3.1 Le groupement d'intérêt fruitier régional (c'est-à-dire l'IFELV) mène une analyse sur le déroulement de la récolte (quantités commercialisables par semaine) et estime le potentiel et la quantité d'abricots au début juillet avant la campagne.
- 3.2 Recommandation aux producteurs et metteurs en marché:
 - N'approvisionner le marché des fruits qu'avec des fruits conformes aux normes et prescriptions FUS/SWISSCOFEL.
 - Lots de fruits de table: observation optimale de la date et des fenêtres de récolte, livraison immédiate à partir de l'exploitation agricole et entreposage sans retard (cellules frigorifiques).
 - Utiliser uniquement des emballages propres, respectivement à l'état neuf. Les emballages d'importation ne sont pas admis pour les fruits suisses.
 - Renforcer la collaboration en ce qui concerne la définition du moment de la récolte, des exigences qualitatives individuelles des clients et des dispositions en vue de la commercialisation.



3.3 Recommandation aux metteurs en marché et aux détaillants:

- élaborer ensemble les stratégies de vente.

3.4 Promotion des exportations de fruits suisses haut de gamme.

4 Formation des prix par le Centre de produits national Abricots

4.1 Les prix indicatifs départ Valais sont fixés d'avance avant la saison en fonction des divers conditionnements; ils sont analysés chaque semaine dès le début de la récolte et jusqu'à la fin de la campagne (conférence téléphonique). Des rectifications de prix rétroactives sont à éviter.