2/2021 April | 88e année
Magazine spécialisé de la
Fruit-Union Suisse à Zug

Fruits
suisses

Les boissons en ligne

Que tweete le monde sur la bière, le cidre et le vin ?

Page 12

Plus écologique que le marché

Le producteur de fruits Luc Magnollay d'Étoy VD.

Dossier à la page 24

Politique agricole

Échéancier de la lutte contre les initiatives agricoles extrêmes.

Page 32

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 1 26.04.2021 15:02:32

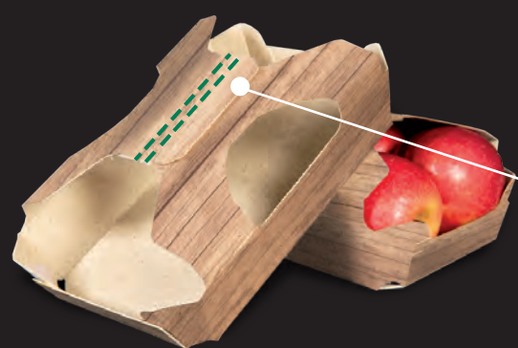
PRIM PAC
Verpackungen Emballages Imballagi

&

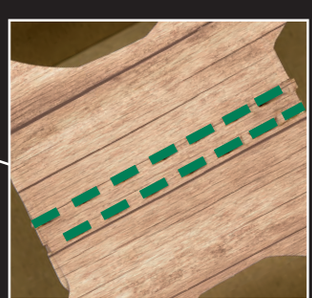
frutmac
the packaging solution

Différents fruits. Différentes tailles.
Une solution durable : BLITZ

Solution_01



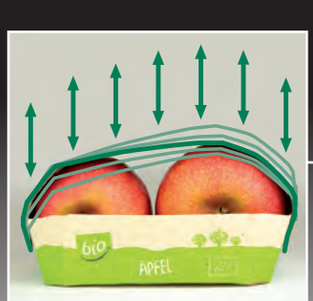
COUVERCLE
ECO-ZIPPER

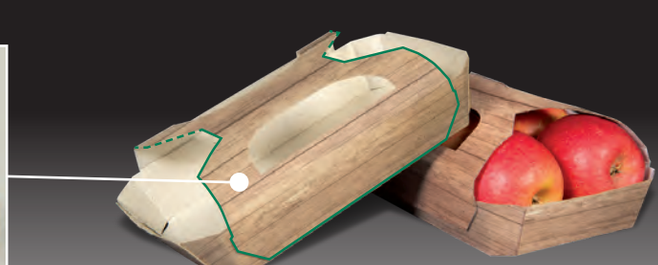


ZIPPMATIC

Solution_02

BLITZMATIC+





ADAPTABLE À
DIFFÉRENTS FRUITS / TAILLES

- **visibilitè èlevèe du produit**
- **ajustable** pour différents fruits, légumes et bien plus
- **outil de communication parfait** – imprimez votre design et trouvez la forme parfaite
- **Matériau en carton ondulé dégradable** ou **en papier d'herbe compostable** (40 %)

PRIM PAC AG
Steinhaldenring 7 – 8954 Geroldswil CH
T +41 44 749 33 00 – info@primpac.ch – **www.primpac.ch**

FRUTMAC GMBH
Via Vilpiano 46 – 39010 Nalles (BZ) Italy
T +39 0471 676 700 – info@frutmac.com – **www.frutmac.com**

CACTUS.BZ

Le contenu :

Pot-pourri
4 Un robot taille les arbres à haute tige

Fruits en bocaux
5 L'arboriculture – enfant modèle ?

Région
8 Zurich et Lucerne

Innovation
12 Que tweete le monde sur le cidre ?

Passé et présent
16 Entretien des arbres aujourd'hui et il y a 100 ans

Dossier : La vente dans le futur

Analyse de marché
18 Comment et où ferons-nous nos courses dans le futur ?

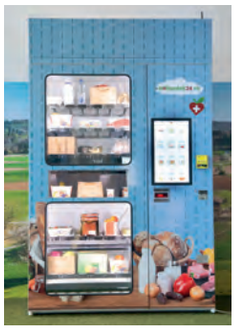
Sous pression : L'entretien
22 Expérience fermière aussi en ligne
23 Le courses comme au marché

Étude de terrain
24 En avance sur le marché : Luc Magnollay d'Étoy

Du solide
29 Astuces publicitaires pour magasins de ferme

FUS «active»

31 Tendances, faits & chiffres
32 Initiatives agricoles
35 Agenda
38 Commentaire
39 Dotation personnelle



4

16

24

32

Photo de couverture :
Luc Magnollay examine les délicates fleurs des pommiers Bonita après les nuits de gel. (Photo de 13 avril)

Suivez-nous aussi sur :

Photos : zVg, Beatrice Rüttimann, Simon Sägesser

Beatrice Rüttimann
Responsable de rédaction

Voici le joli mois de mai. Bien que le calendrier officiel fixe le début du printemps en mars, nous associons les plus beaux jours de printemps au joli mois de mai. La nature fleurit et embaume tout ce qu'elle peut. Une impression de renouveau s'installe. À la rédaction de « Fruits suisses » ça sentait justement le renouveau ces derniers mois et nous sommes très heureux de vous présenter le nouveau « Fruits suisses ». Dès aujourd'hui, le magazine spécialisé paraît dans de nouveaux atours, avec de nouveaux contenus, des conseils et suggestions. Le concept revu entend prendre en considération les nouvelles habitudes de lecture et pondérer davantage les illustrations. Le regroupement renforcé des contenus et l'utilisation d'encadrés et d'infographies permettent de prendre connaissance des informations pertinentes plus vite et plus efficacement. Le nouveau logo et l'utilisation courageuse d'une nouvelle palette de couleurs distinguent « Fruits suisses » et donnent envie de lire. N'est-ce pas ?

Je vous souhaite bonne lecture et j'ai hâte de lire votre commentaire.

Behind the Scenes

La mise en page de « Fruits suisses » est de la responsabilité de Simon Sägesser. Il a toujours su garder son calme, même quand tout allait de travers à la rédaction (ce qui n'est pas toujours le cas pour moi). Vous tenez malheureusement son dernier numéro entre les mains. Je remercie Simon chaleureusement de la période agréable et de l'excellente collaboration.

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 3 26.04.2021 15:02:41

Entretien des arbres

Un robot taille les arbres à haute tige

Si de nos jours, diverses machines agricoles telles que des secoueuses et des ramasseuses rendent de précieux services aux arboriculteurs lors de la cueillette et du ramassage des fruits, la taille si importante pour la longévité des arbres se fait toujours à la main.

Un robot autonome mis au point par l'agrotechnicien David Reiser, le doctorand Jonas Straub et le collaborateur scientifique Jonas Boysen spécialisé en technique de procédés en production végétale est censé soulager les producteurs.

Une vidéo scientifique de l'Université de Hohenheim commente et montre le fonctionnement du robot intelligent. On peut la visionner sur Youtube.

Vers la vidéo Youtube :
youtu.be/3NOyP7eOhxo

Variété fruitière suisse de l'année 2021

La pomme d'Uster

En portant son choix sur la pomme d'Uster, FRUCTUS, l'Association pour la sauvegarde du patrimoine fruitier, nomme variété fruitière suisse de l'année 2021 la représentante la plus connue du groupe des pommes douces. Ce sont des variétés à la fois très riches en sucres et pauvres en acides. Elles ne correspondent pas aux exigences actuelles en termes d'équilibre sucres-acides auxquelles doivent répondre les pommes de table et ont donc plus ou moins sombré dans l'oubli. Les imposants pommiers d'Uster ont quasi disparu y compris des environs d'Uster – leur région d'origine. Mais la pomme d'Uster autrefois très convoitée est bien plus que juste une charge concentrée de fructose. Ses petits fruits allongés de silhouette légèrement irrégulière avec leur épiderme jaune clair sont faciles à reconnaître. Grâce à ses arômes spéciaux, elle se prête à de nombreuses préparations. Elle est donc tout à fait dans la tendance actuelle en alimentation dans laquelle la découverte de produits de tradition et de saveurs oubliées joue un rôle important.

Consommation de pommes dans le monde

La consommation par habitant recule

La consommation de pommes de table par habitant diminue en Suisse et dans le mode depuis des années. Valérie Bossi Fedrigotti et Christian Fischer de l'Université libre de Bolzano ont identifié les quatre causes principales dans une étude fouillée :

- L'âge moyen en augmentation des Européens : Les personnes plus âgées mangent en général moins et des aliments moins durs, souvent parce qu'elles ont de mauvaises dents.

- Des facteurs économiques tels que le revenu des consommateurs, le prix des pommes en combinaison avec d'autres caractéristiques démographiques (Combinaison de caractéristiques, p. ex. un revenu élevé mais peu de formation ou un revenu faible pour une personne de sexe féminin) augmentent pour le moins dans quelques groupes de population la probabilité que la consommation de pommes diminue.

- Le mécontentement de quelques consommateurs avec les variétés de pomme usuelles, la variété préférée des consommateurs en recul étant Braeburn.

- La teneur en nutriments des pommes comparativement inférieure à la moyenne des autres fruits est un problème pour les consommateurs soucieux de leur santé. Des consommateurs de pommes en recul ont dit manger des pommes surtout pour des raisons de santé et ont en même temps classé le kiwi espèce la plus saine de façon tout à fait pertinente.

L'étude complète est parue dans le magazine spécialisé du Tyrol du Sud « Obst- und Weinbau ».

Vers l'étude
complète (en allemand) :
members.swissfruit.ch/node/8970

Photos : zVg

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 4 26.04.2021 15:02:45

Jimmy Mariéthoz
Directeur FUS

L'arboriculture – enfant modèle ?

L'agenda politique et sociétal s'articule cette année autour de la protection phytosanitaire. La voie est tracée et il sera impossible de passer à côté d'une production plus durable. La production fruitière est bien placée. Il s'agit donc d'empêcher l'acceptation des initiatives agricoles extrêmes et de lutter pour une rémunération correcte de votre supplément de travail.

La suspension de politique agricole 2022 (PA22+) lors de la session de printemps du Parlement suscita un tollé. Le Conseil fédéral a donc été chargé d'élaborer un nouveau rapport, ce qui retarde la mise en œuvre du paquet de lois de nombreuses années. « L'initiative sur l'eau potable est d'autant plus nécessaire ! », clamaient les associations de protection de l'environnement et les partis verts, y compris le parti émergent qui défend, au moins en partie, les thèses libérales.

Quelle importance de PA22+ pour l'arboriculture ?

À la FUS, nous approuvions fondamentalement l'orientation de PA22+ : Elle demande plus d'entrepreunariat et une production durable. L'arboriculture travaille de toute façon systématiquement dans ce sens depuis plus de trente ans. Mais nous aurions préféré que le Parlement agisse enfin de façon cohérente. Les cultures fruitières vivant plusieurs années, la sécurité de planification est d'autant plus importante. Reste à espérer qu'avec son lobbyisme couronné de succès, l'Union suisse des paysans ne nous ait pas jeté le pavé de l'ours. Car, indépendamment de PA22+, les exigences face à l'arboriculture augmenteront fortement, tandis que persiste dans les têtes de la population l'image d'une agriculture qui s'oppose à tout progrès.

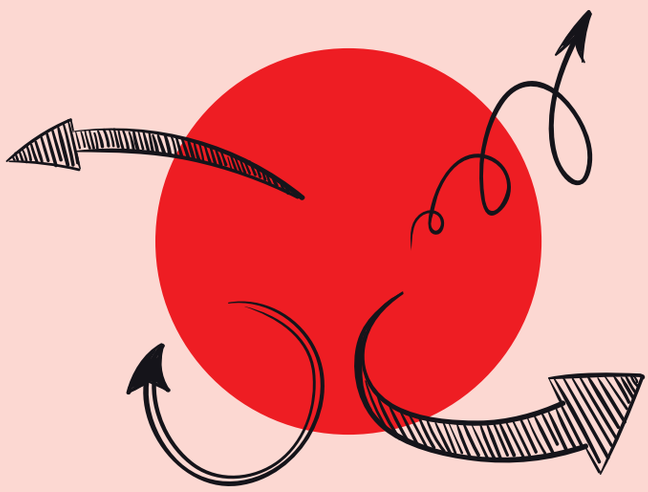
La voie est tracée

Cette impression de résistance contre le progrès est fâcheuse et factuellement fausse. Primo, l'arboriculture est précurseure en matière de durabilité depuis trente ans. C'est elle qui a introduit la production intégrée en Suisse. Et elle continue d'œuvrer avec force pour une production encore plus durable. La preuve en est le recul de 40 % des applications phytosanitaires en production intégrée au cours de la décennie écoulée. Secundo, PA22+ a peu à voir avec l'évolution dans le domaine de la protection phytosanitaire. La mise en œuvre du Plan d'action Produits phytosanitaires qui deviendra obligatoire via une initiative parlementaire est bien plus pertinente. Nous devrons diminuer de moitié les risques liés aux produit phytosanitaire d'ici 2027. La Confédération détient la consultation idoine et la mise en œuvre est en cours.

Évolution porteuse d'avenir de la norme sectorielle

Tertio, nous nous alignons sur les besoins du marché. Tout ceci pointe dans la même direction, celle d'une production encore plus durable.

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 5 26.04.2021 15:02:45



Quelques acteurs du marché ont pris les devants et lancé malheureusement des programmes particuliers, le plus fameux exemple étant le programme de durabilité pour les fruits à pépins de Migros. Nous sommes intervenus immédiatement et avons convoqué une table ronde avec le négoce. Les participants ont convenu d'élaborer ensemble une solution sectorielle nationale afin de rendre la production fruitière suisse encore plus durable. Cette solution sera valable pour tous les acteurs du marché et aura pour but d'empêcher que les acheteurs imposent aux producteurs une multitude de profils d'exigences différents. Ça bouge donc sur tous les fronts. Au plan national, nous luttons avec tous les moyens pour que vous soyez dédommagés correctement pour le supplément de travail engendré par une production encore plus durable. Pour cela, nous avons besoin d'un secteur qui s'engage unanimement pour des prix plus élevés tout au long de la chaîne de valeur.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

Malgré ces évolutions, la population votera le 13 juin 2021 sur les initiatives agricoles extrêmes. L'initiative sur l'eau potable exige la limitation du versement des paiements directs aux seules exploitations qui n'utilisent aucun produit phytosanitaire.

L'initiative d'interdiction des pesticides demande même l'interdiction complète des produits phytosanitaires. Leur acceptation aurait des conséquences drastiques pour la production. Votre engagement dans la campagne est d'autant plus important, chers membres. Expliquez à votre entourage ce que vous produisez. Montrez les progrès réalisés ces dernières années. Car vous êtes les meilleurs ambassadrices et ambassadeurs de notre cause.

Un grand merci pour votre engagement.

Graphique : SOV, Freepic.com

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 6 26.04.2021 15:02:46

Nimrod®

Un spécialiste de l’oïdium unique en son genre

> Mécanisme d’action unique
> Facile d’utilisation
> Bon profil environnemental

Nimrod®

syngenta®

Plus d’informations sous www.syngenta.ch

Utilisez les produits phytosanitaires avec précaution.
Avant toute utilisation, consulter les indications sur l’emballage.

TM

**Cette rubrique nous donne l'occasion d'échanger avec vous.
Si la place est là pour les organisations régionales, elle l'est aussi pour vous, chère lectrice, cher lecteur.**

Écrivez directement
à l'équipe de rédaction
beatrice.ruettimann@swissfruit.ch

AZO

Une année mouvementée

À l'assemblée des délégués de la communauté de travail Producteurs de fruits de Suisse centrale (AZO), le nouveau président, Jacky Wildisen, a fait la rétrospective d'une année riche en changements. En plus du président, un bon tiers de la direction de l'AZO – y compris les stations d'arboriculture cantonales - a été renouvelé, ce qui a parfaitement fonctionné grâce à une bonne collaboration. Le secrétariat de l'AZO est désormais installé dans le canton de Schwyz.

Les deux sujets susceptibles d'occuper le plus le comité en 2021 sont les deux initiatives agricoles et la planification de nouveaux programmes de promotion des ventes. Les initiatives sont combattues sous la direction de la FUS et en collaboration avec l'UMS, au travers d'actions de distribution et d'envoi et la journée des vergers ouverts le 8 mai. Quant aux nouveaux programmes de promotion des ventes, le comité a mis la priorité sur une installation de cracher du noyau de cerise mobile et une action de Pomme-récré pour les entreprises à l'issue d'un remue-méninges pour 2022. En 2021, la fête des cerises sera remplacée par une distribution de cerises.

Jacky Wildisen, Kathrin von Arx

Photos: zVg

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 8 26.04.2021 15:02:48

Région Suisse centrale

De nouveaux conseillers

De nouveaux jeunes conseillers en cultures spéciales au centre de formation Hohenrain. Mario Kurmann succède à Markus Hunkeler. Il a pris ses fonctions de responsable des fruits à pépins, cultures spéciales et de la protection phytosanitaire en début d'année. Aurelia Jud, responsable des fruits à noyau, petits fruits et de la protection phytosanitaire est entrée en fonction au début février.

Kathrin von Arx

Station d'arboriculture Strickhof

Webinaire intercantonal dédié aux petits fruits

Le colloque traditionnel sur les petits fruits organisé traditionnellement par le centre de formation Hohenrain LU avant la nouvelle saison a eu lieu pour la première fois sous forme d'un webinaire organisé avec le centre de compétence Strickhof ZH. Le grand nombre de participants domiciliés bien au-delà des cantons de Lucerne et de Zurich fut la preuve du succès de cette nouvelle formule.

Les sujets du colloque du 8 mars furent la protection phytosanitaire et l'itinéraire technique en culture de petits fruits. Les conférenciers étaient des collaborateurs de la recherche à Agroscope et des services de vulgarisation des cantons de Thurgovie, Lucerne et Zurich. Le programme intéressant rencontra un succès retentissant en drainant dans la soirée quelque soixante participants issus en majorité de Suisse centrale et orientale mais aussi quelques conseillers et même des participants de l'étranger limitrophe.

Ce succès motive les organisateurs cantonaux dès maintenant à collaborer plus étroitement en matière de petits fruits.

Hagen Thoss

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 9 26.04.2021 15:02:50

Le panorama est l'endroit où des entreprises du secteur fruitiers présentent de nouveaux produits et services.

Appelez Madame Ursula Notz Maurer si vous voulez en faire partie !

Téléphone +41 34 423 21 41
e-mail ursula.notz@bluemail.ch

Damit aus Ihrem Tutti Frutti kein welkes Früchtchen wird.

Coole Lösungen für Ihr Obst und Gemüse. Geplant, gebaut und gekühlt von FRIGEL. Ihrem Partner für Gewerbe-, Kühl- und Klima-Anlagen. Und für clevere Sparfüchse haben wir immer günstige Vorführmodelle und Occasionen an Lager. Mehr Infos unter www.frigel.ch.

FRIGEL
AG für Kälte - Planung - Service
9524 Zuzwil | Tel. 071 914 41 41 | www.frigel.ch

Calshine®

Absorption rapide du chélate lors de carence en calcium dans diverses cultures
www.staehler.ch

...wir liefern die Beilage

AG FÜR FRUCHTHANDEL
Aliothstrasse 32, 4142 Münchenstein, Tel. 061 225 12 12
safruits
www.safruits.com

Pour cidreries
WÄLCHLI Brittnau

Assoiffé?
Wälchli Maschinenfabrik AG ▪ www.waelchli-ag.ch

Damit Frisches auch frisch bleibt!

MODEL PACK SHOP

Bestellungen unter: **0842 626 626** oder **packshop.ch**

FT LOGISTICS

Der neutrale Spezialist für:
Umschlag, Transport und Lagerung
von Frischprodukten

FT Logistics AG
Kästeliweg 6
Postfach
4133 Pratteln
SWITZERLAND

Tel.: +41 (0) 61 / 826 94 44
Fax: +41 (0) 62 / 826 94 40

ISO 9001:2008
ISO 14001:2004

eMail: info@ft-logistics.ch
www.ft-logistics.ch

STOROpack

Telefon +41 (0)56 677 87 00
Fax +41 (0)56 677 87 01
Mail packaging.ch@storopack.com
Webseite www.storopack-shop.ch

Die Problemlöser in allen Verpackungsfragen

Storopack Schweiz AG
Industriestrasse 1
CH- 5242 Birr

EINFACH HIMMLISCH-KÖSTLICH!

Pink Lady™ ©

www.pinklady.ch | www. apfel.ch
Tobi Seeobst AG, Bischofszell | Tel. +41 71 424 72 27
Steffen-Ris fenaco Genossenschaft, Utzenstorf
Tel. +41 58 434 17 17 | www.steffen-ris.ch
GEISER agro.com AG, Rüdtligen-Alchenflüh
Tel. +41 58 252 11 11 | www.geiser-agro.com

Der Tobi-Biss

Für Jung und Alt. Qualität und Biss in den Bereichen Kernobst, Beeren und Steinobst.

Tobi Seeobst AG
Ibergstrasse 28
9220 Bischofszell
Tel. +41 71 424 72 27
www.tobi-fruechte.ch

Tobi
Früchte mit Biss

Avec de la silice stabilisée, vous aidez la plante à

- ✔ des parois cellulaires plus solides
- ✔ une résistance accrue aux maladies
- ✔ une augmentation de la résistance à la sécheresse
- ✔ un meilleur développement racinaire
- ✔ une meilleure conservation des produits récoltés

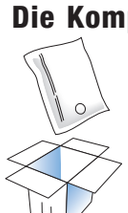
Protéger. Renforcer.
SiliFER.

Appel gratuit
0800 80 99 60
landor.ch

LANDOR
Avec vous, aujourd'hui et demain
www.landor.ch

SAROBAG in BOX

Die Komplettlösung für flüssige Produkte



Ein überzeugendes Verpackungssystem für Flüssigkeiten. Molkereiprodukte, Speiseöle, Konzentrate, Säfte, Dressings, Wasser oder Wein. Aseptisch oder nicht-aseptisch: Prinzipiell können alle flüssigen, nicht-brennbaren oder nicht-explosiven Produkte in SAROBAGinBOX verpackt werden.

Fragen Sie uns! Unsere Beratung wird Ihnen zum Erfolg verhelfen.

Saropack AG ■ Seebleichestrasse 50 ■ CH-9401 Rorschach ■ Telefon 071 858 38 38 ■ saropack@saropack.ch ■ www.saropack.ch

Finser Packaging
Packaging Solutions

Finser Packaging S.A. - www.finser.ch

Que tweete le monde sur la bière, le cidre et le vin ?

Jonas Inderbitzin, Agroscope

Depuis le début du millénaire, les réseaux sociaux sont les moteurs de changements importants et font partie intégrante de notre culture. Avec quelque 330 millions d'utilisateurs actifs chaque mois, (www.brandwatch.com) et une moyenne de 6000 tweets par seconde (www.internetlivestats.com), Twitter est l'un des plus importants réseaux sociaux au monde. Les principaux sujets des tweets sont les voyages, le cinéma, la télévision, les célébrités, la politique, la santé, le sport, l'art ou la mode. Mais comme le révèle la présente étude, une bonne partie des contenus parlent boire et manger.

Analyse linguistique de tweets

La présente étude s'est intéressée principalement à trois produits considérés comme des biens inférieurs, la bière, le cidre et le vin. À noter que le terme anglais « cider » signifie à la fois cidre et moût de pomme non filtré dans certaines régions des USA. Il est à la fois frappant et caractéristique de la méthode choisie que

Jonas Inderbitzin
Collaborateur scientifique

Agroscope
Domaine de compétence plantes et produits végétaux

Photos et Graphiques : Agroscope, freepic.com

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 12 26.04.2021 15:02:56

les termes recueillis s'accordent souvent avec des stéréotypes. Pour la bière, on rencontre le sport, la restauration rapide et des sujets attribués généralement aux hommes. Les notions dominantes pour le vin sont la féminité, la sensualité, la détente et le bien-être.

Les notions liées au cidre

La référence forte à l'automne, la nature et la localité était prépondérante pour le cidre. Des liens étonnants vers les notions de donut, Halloween, citrouille, épices et chaleur sont apparus. Ils deviennent compréhensibles quand on connaît la culture dans le nord-ouest des USA. En Nouvelle-Angleterre, notamment, des fêtes d'automne traditionnelles ont lieu vers Thanksgiving et Halloween à l'occasion desquelles on se rend au « cider mill » (pressoir) pour déguster du cidre ou du moût de pomme. Le cidre à la citrouille, le « mulled cider » (punch de jus de pomme ou de cidre) et les « apple cider donuts » - beignets de pâte au cidre concentré - sont alors des produits appréciés encore méconnus en Suisse. Des fêtes d'automne inspirées de telles manifestations au ▸

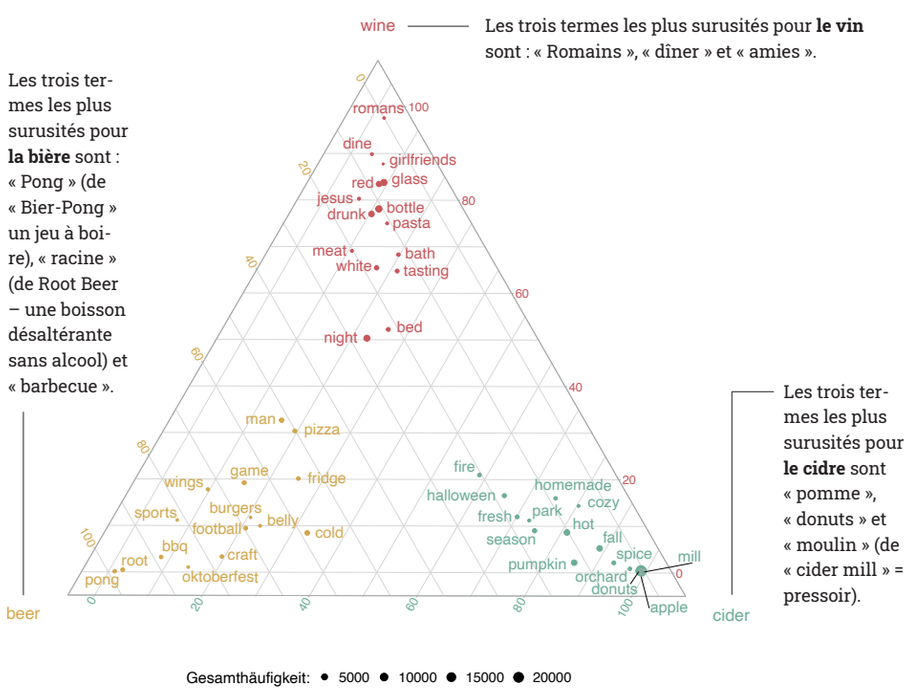


Fig. 1 : Sélection de quinze termes fortement surusités par produit. Plus le terme est proche de l'angle, plus étroit est le lien au produit concerné. La taille des points représente la fréquence total des termes.

Clés de recherche

L'utilisation dans un but précis

Les séquences de mots recherchées sur Twitter par les utilisateurs donnent des indications sur les sujets auxquels ils s'intéressent. La référence forte à l'automne, la nature et la localité était prépondérante pour le cidre.

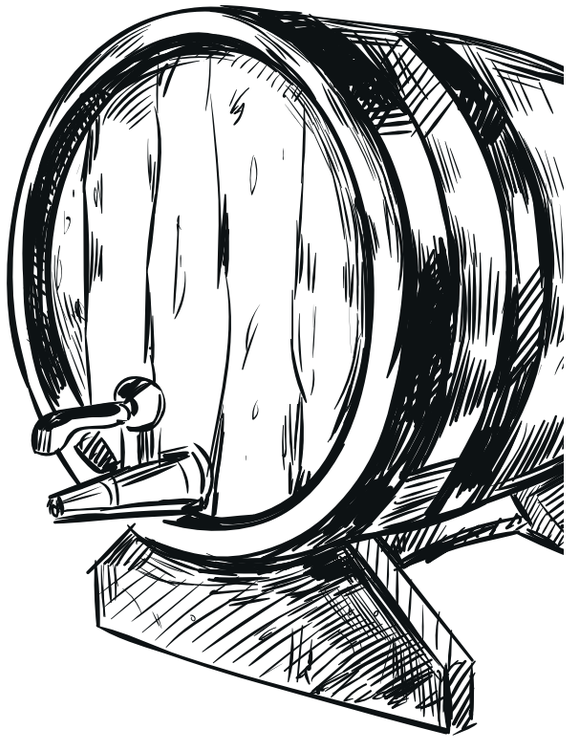
Le ciblage des mots clés permet d'afficher les tweets exactement au moment où les utilisateurs recherchent des sujets en lien avec l'entreprise. Ce type de ciblage est spécialement efficace quand des manifestations culturelles, saisonnières ou pertinentes pour la filière en lien avec l'entreprise sont annoncées, comme les fêtes d'automne.

Des fêtes d'automne au début de la campagne de mise en valeur ou vers Halloween méritent en tout cas qu'on réfléchisse.

Les productrices et producteurs pourraient par exemple diffuser de la publicité pour le cidre auprès des utilisateurs qui ont fait des recherches avec « pomme », « automne », « pressoir » ou d'autres termes analysés.

Beatrice Rüttimann

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 13 26.04.2021 15:02:56



	Bière		Cidre		Vin	
1	beer	pong	hocus	pocus	self	care
2	man	utd	trader	joe	bubble	bath
3	craft	beer	haunted	houses	eat	meat
4	beer	belly	corn	maze	happy	birthday
5	6	pack	looking	forward	too	early
6	beer	run	ice	cream	water	into
7	ice	cold	scary	movies	aging	like
8	free	beer	carve	pumkins	two	bottles
9	beer	cans	cinnamon	sugar	by	myself
10	after	work	caramel	vodka	while	watching

Tab. 1: Sélection de dix collocations, triées selon le surusage.

début de la campagne de mise en valeur ou vers Halloween méritent en tout cas qu'on y réfléchisse.

À propos de nostalgies

En lisant les tweets, nous avons constaté que le vin est davantage associé à des plaisirs à venir (p. ex. celui de boire un verre de vin ou de voir son feuilleton préféré), tandis que le cidre évoque plutôt des souvenirs nostalgiques. La bière et le cidre sont mentionnés plus souvent dans des contextes actifs ou sociaux ; le vin l'est plutôt dans des circonstances nostalgiques, de solitude, voire même de chagrin (envie de compagnie avec un verre de vin en soirée). Cette impression est renforcée par les emojis du tableau 2.

Quintessence

Bien que les utilisateurs de Twitter ne soient pas forcément représentatifs des consommateurs suisses, une telle analyse peut permettre d'identifier des tendances précocement ou élargir la compréhension d'aspects socioculturels. Les résultats sont de plus source d'inspiration pour des motifs susceptibles d'entrer dans la communication ou les graphismes. Il est alors utile, soit de mettre l'accent exprès sur les particularités du produit, soit de s'éloigner des clichés les plus courants pour explorer de nouvelles niches.

	Bière	Cidre	Vin
1	🍺	🍎	🍷
2	🐶	🍂	😭
3	😂	🍁	☺️
4	🇺🇸	🎃	🥂
5	😎	🍏	😩
6	🏈	🍩	🥴
7	🥨	😋	🍇
8	😹	🤤	✨
9	😪	🧡	🐓
10	🤷🏿‍♂️	🍦	🙃

Tab. 2: Les dix emojis les plus surutilisés par produit.

Remerciements

L'étude a été réalisée en collaboration avec le « Text Crunching Center » de l'Université de Zurich.

Graphiques : zVg, freepik.com

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 14 26.04.2021 15:03:00

CCD SA

CCD SA vient d'ouvrir son magasin en ligne

Catégories

Irrigation | Pompes | Dosage engrais | Filtration

Die vitalen Beerenjungpflanzen

Hengartner Pflanzen GmbH

- **Erdbeeren**
  Frigo-Pflanzen
  Topfgrünpflanzen
- **Himbeeren**
  Enrosadira exklusiv
  San Rafael exklusiv
- **Brombeeren**

Erdbeer-Topfgrün-pflanzen jetzt bestellen!
5% Frühbestell-Rabatt bis 31.05.!

Tel: 071 470 08-44
Fax: 071 470 08-45
E-Mail: th@CH-Pflanzen.ch
www.Hengartner-Pflanzen.ch

Netzteam

Ihr Partner für Witterungsschutz seit 1992

FRUSTAR | CMG

Wir schützen Ihre Ernte mit System

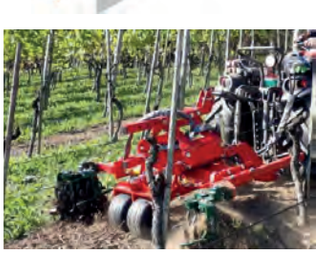
- **Hagelschutzabdeckung**
  System FRUSTAR & CMG Reissverschluss
- **Folienabdeckungen**
  System Pilatus | Delta Zick-Zack | Dächli | zum Einhängen
- **Bewässerung**
- **Wind- & Schattiernetze**
- **Totaleinnetzungen**
  NEU: Wanzennetz schwarz
- **Weinbau**
  MZ-Rollsystem | Zubehör Grundgerüst

www.netzteam.ch

Netzteam Meyer Zwimpfer AG | Brühlhof 2 | 6208 Oberkirch
Büro: +41 41 922 20 10 | info@netzteam.ch | www.netzteam.ch
Montagebetrieb: Urs Meyer 079 643 46 18

Herbizidfreie Lösungen für Ihren Obst- und Weinbau:

FISCHER FACTORY | VIMAS VINSCHGER MASCHINENBAU



- Bodenlockerung im Obst- und Weinbau
- Hemmung des Unkrautwuchs
- Zeit- und kostensparende Bodenbearbeitung
- Front-, Heck- und Zwischenachsanbau möglich

Überzeugen Sie sich selbst und verlangen Sie eine unverbindliche Offerte

eggmann Landmaschinen GmbH

Amriswilerstrasse 42
8580 Hefenhofen
www.eggmann-landmaschinen.ch
071 411 10 89

1920
Cette photo a été prise lors d'un cours de patente arboricole à Biglen. À l'époque, les échelles étaient construites par des échelleurs ou des charrons. Notre pays ne compte plus que quelques rares constructeurs d'échelles en bois.

Le monde vu de haut

Cent ans exactement séparent ces deux photos ! À leur tour, de nouvelles normes de sécurité les séparent. Aujourd'hui, il faut s'assurer avec une sangle lorsqu'on travaille à plus de trois mètres de hauteur du sol.

2020
Un groupe de tailleurs d'arbres en route en Thurgovie. Les ponts élévateurs se démocratisent de plus en plus, car ils permettent de tailler efficacement les arbres à haute tige et de gagner du temps. Sur la photo, Andreas Schmid (à gauche dans la nacelle) et Peter Rutishauser (à droite dans la nacelle). Au sol, Sandro Mock et au centre en tournant le dos à la caméra, le chef de groupe, Hans Forster.

Photos : Archiv SOV, Urs Oskar Keller

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 16 26.04.2021 15:03:09

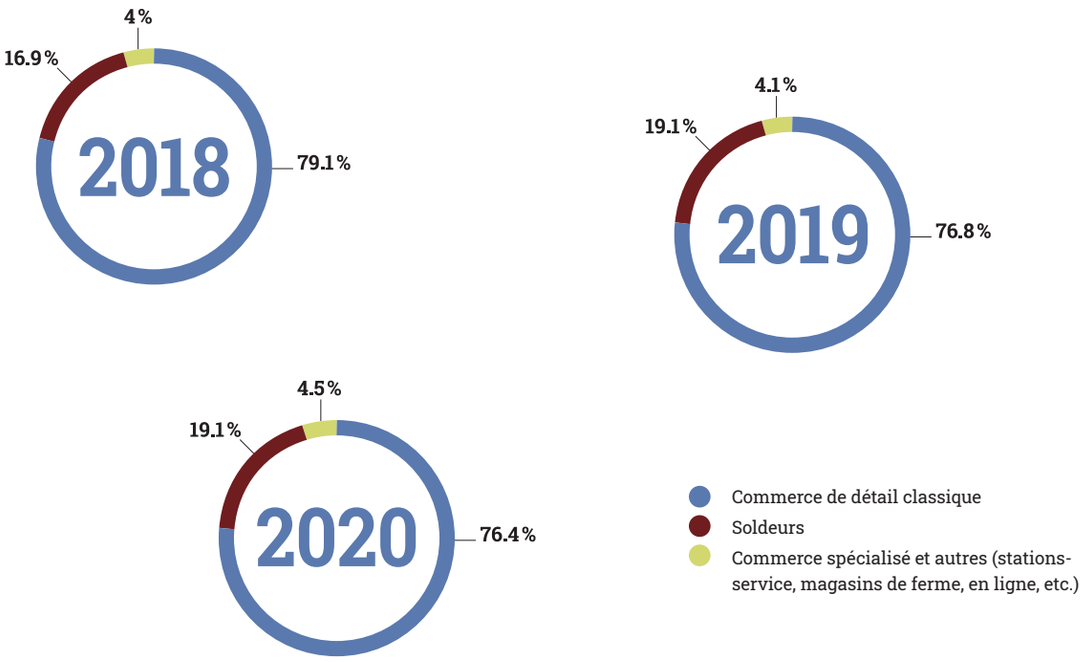
Où mène la route ?

De plus en plus de citoyens aimeraient acheter leurs fruits en ligne, dans la région et de saison – dit-on. Mais est-ce vrai ? Nous avons tendu l'oreille, analysé et discuté pour trouver la meilleure stratégie de vente pour demain.

Graphique : zVg

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 17 26.04.2021 15:03:09

Canaux de vente fruits à pépins de table



Les soldeurs et les ventes en ligne croissent

Le commerce de détail suisse est de loin le principal canal de vente pour les fruits suisses. Trois quarts de la marchandise transitent par Migros, Coop & Cie. Mais de nouveaux acteurs mettent le commerce établi sous pression, notamment les soldeurs et le commerce en ligne. La vente directe à son tour a progressé sous l'effet de la COVID-19.

Beatrice Rüttimann

+ 18 %

Les ventes en ligne de nourriture toutes catégories confondues ont augmenté de 18.8 % par rapport à 2019.

2/3

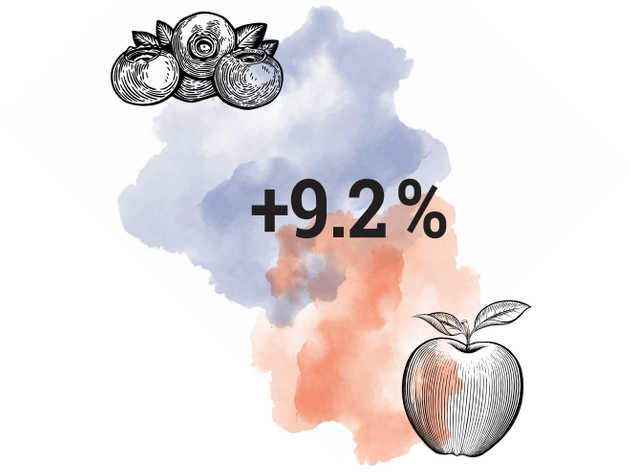
Près de deux tiers des sondés ont dit préférer des produits suisses lors des courses.

3/4

Près de trois quarts des dépenses alimentaires des Suisses sont allées au commerce de détail.

Données et grapiques : Office fédéral de l'agriculture Haute école spécialise du nord-ouest de la Suisse, Swiss Direct Marketing FUSS

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 18 26.04.2021 15:03:09



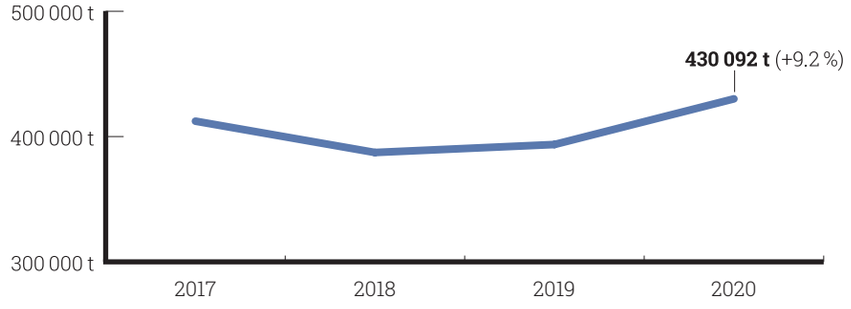
Le commerce de détail suisse est le principal canal de vente pour l'agriculture suisse. Les soldeurs ont gagné en importance comme points de vente pour les fruits frais. La part de marché d'Aldi, Lidl et Denner a augmenté entre 2017 et 2020 pour les fruits de table. Une étude de la haute école de Lucerne d'avril 2020 montre pour la première fois comment les comportements de consommation et de loisir de la population suisse ont évolué ces derniers mois – et se demande si la crise favorise une consommation plus durable. Les Suisses effectuent près de trois quarts de leurs dépenses alimentaires dans le commerce de détail classique.

Augmentation des ventes en ligne

Les ventes en ligne de produits alimentaires ont nettement augmenté l'an dernier. Selon le monitoring de Nielsen, le chiffre d'affaires en ligne a augmenté de 18.8 % par rapport à 2019 dans l'ensemble des catégories. Même après la COVID-19 et grâce aux mesures qui l'ont accompagnée, la vente en ligne conservera et étendra sa place dans les habitudes de consommation de la population. Mais il faut prendre en considération le comportement d'achat et de consommation propre à chaque génération. La génération Z, née à partir de 1995, se distingue par exemple par son habileté technique et ses exigences élevées face à elle et aux autres. Le smartphone est un compagnon permanent et l'utilisation de produits numériques est plus que normale. Cela se retrouve aussi dans le comportement d'achat de la génération Z qui recourt davantage au numérique. Elle n'est cependant pas encore complètement fixée sur les canaux numériques et le commerce stationnaire est très apprécié. Le shopping avec des copains devient une expérience. Cela demande une présentation plaisante. Il importe de plus de soutenir le commerce par une méthode de paiement rapide et simple et de mettre à disposition un wifi gratuit avec une méthode de connexion simple.

Ventes de fruits en Suisse

en tonnes



Des magasins de ferme en essor ? Aussi après la COVID-19 ?

Une étude de la Haute École de Lucerne d'avril 2020 montre pour la première fois comment les comportements de consommation et de loisir de la population suisse ont évolué ces derniers mois – et se demande si la crise favorise une consommation plus durable. Près de deux tiers des sondés ont dit préférer des produits suisses lors des courses. Un sondé sur deux veille de plus à la provenance régionale et un bon tiers à la durabilité écologique et au commerce équitable. L'étude ose aussi jeter un œil dans le futur. Quant au comportement d'achats, les sondés ont dit vouloir veiller davantage à la régionalité aussi des biens d'usage quotidien, également après la crise de la COVID-19. Quelques-uns ont dit vouloir acheter dans le futur plus souvent à l'épicerie de quartier ou directement à la ferme. ĭ

Vers l'article sur le portail fruitier « La pandémie change le commerce alimentaire » :
www.fruchtportal.de

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 19 26.04.2021 15:03:10

Das neue humus Kreiselmulchgerät OMB speziell zur Kultivierung des Blühstreifen in Obstanlagen.

Ausstattungsmerkmale

- Anbau: Heck, Kat. 1 und 2
- Zapfwelle 540 U/min
- Hydraulische stufenlose Arbeitsbreiteneinstellung (min. Arbeitsbreite 2,07 m bis max. Arbeitsbreite 3,10 m)
- Hydraulische stufenlose Blütenstreifen-Schnitthöheneinstellung (30 – 350 mm bei Grundgerät-Schnitthöhe 30 mm)
- Schnitthöheneinstellung (Grundgerät) über höhenverstellbare Laufräder

Aggeler FÖRDER- UND HEBETECHNIK

Aggeler AG · Amriswilerstr. 49
CH-9314 Steinebrunn TG
Tel. 071 477 28 28 · www.aggeler.ch

Waldis Swiss AG • Kreuzlingerstrasse 83 • CH-8590 Romanshorn
T +41(0)71 463 44 14 • info@waldisswiss.ch • www.waldisswiss.ch

DIE NÄCHSTE GENERATION - ILMER FR-Evo

Fadenmäher. Für Mulchgeräte und Geräteträger.

ilmer MASCHINENBAU

DUBLER AGRAR SERVICE

DUBLER AGRAR SERVICE
2575 Hagneck
032 396 23 49
info@dubler-agrar-service.ch
www.dubler-agrar-service.ch

Pour une croissance saine en cultures légumières

Ghekko®

Fongicide biologique contre l'oïdium

- Effet rapide
- Stratégie anti-résistance
- Ne laisse pas de traces

Lotiq®

Insecticide biologique contre les pucerons et acariens tétranyques

- Délai d'attente très court
- Epargne les abeilles
- Ne laisse aucune trace

syngenta®

Plus d'informations sous www.syngenta.ch

Le supermarché en ligne Farmy a vu grimper son chiffre d'affaires de 170 % l'an dernier. Il a augmenté de 9.5 millions à 26 millions de francs. L'offre a également été élargie l'an dernier. 200 nouveaux productrices et producteurs avec plus de 2000 nouveaux produits ont été intégrés.

✎ **Katharina Relling**

La personne
Roman Hartmann est Co-CEO et cofondateur de Farmy.

« Expérience fermière aussi en ligne »

Roman Hartmann, pourquoi devrais-je vendre mes fruits via Farmy ?
Le producteur qui veut atteindre le consommateur en ligne a peu de possibilités. Peut-être essaie-t-on de créer sa propre boutique en ligne. Mais ça n'est pas forcément rentable. On n'a peut-être que dix à trente produits différents à offrir pour des prix plutôt modiques. L'emballage, l'envoi ou la livraison ne sont alors presque pas rentables. On aurait aussi à investir dans la portée via le marketing. Ou on essaie d'entrer dans les boutiques en ligne de Coop ou de Migros.
Mais souvent c'est impossible, car les structures logistiques manquent dans les exploitations de catégorie moyenne. Il reste donc Farmy, une plateforme sur laquelle de nombreuses exploitations se réunissent pour créer une offre vaste. On peut naturellement rester dans le monde hors ligne.

Mais de plus en plus de consommateurs achètent la nourriture en ligne, n'est-ce pas ?
Oui, les chiffres augmentent depuis des années.
Surtout l'an dernier à cause de la COVID-19. On considère qu'en Suisse près de 5 % des commandes d'aliments ont été réalisées en ligne en 2020. Nous aussi, nous ressentons le saut fortement : Farmy a augmenté de 170 % ou d'un coefficient de 2.7. Les fruits et légumes représentent l'essentiel de nos ventes. Cette catégorie représente environ 30 % des commandes selon la saison.

Comment le marché évoluera-t-il ?
On peut observer cela dans quelques pays d'Europe, en Asie et en Amérique du Nord où le marché est un peu plus avancé. Au Royaume-Uni, 10 à 13 % des achats se font en ligne. En Corée du Sud, ils dépassent déjà 20 %. On peut donc s'imaginer où mène le voyage. Rien ne plaide contre une croissance ultérieure de la part en ligne.

Mais qu'advient-il de l'expérience d'achat ?
L'expérience des aliments se vit à la cuisine et dans l'assiette. Mais il est certain que de nombreux clients continueront de vouloir se rendre au magasin ou au marché. Nous essayons de transposer dans le monde en ligne l'expérience de l'achat directement chez le producteur, ce qu'on ne trouve pas toujours le temps de faire. On peut ainsi acheter en un seul endroit tout ce qu'il faut pour une semaine ouvrable sans avoir à visiter trente-six fermiers.

Comment créez-vous concrètement l'expérience ?
Grâce à une transparence absolue : Nous nous concentrons sur le producteur. Nous montrons par des vidéos, des textes et des photos avec précision d'où viennent les produits. Plus de 70 % de l'assortiment viennent de Suisse. La première commande est accompagnée d'un courrier de bienvenue dans lequel nous nous présentons avec nos valeurs. L'emballage durable est aussi important.

Farmy en chiffres :

Lieu :
Buckhauserstrasse 28, 8048 Zürich

Fondation :
2014

Nombre de collaborateurs :
220

Offre :
plus de 14 500 produits de plus de 1200 producteurs-trices.

Informations sur
www.farmy.ch

Et : Près de 65 % de nos denrées sont de qualité bio.

Pourquoi Farmy ? On voit aussi des photos d'exploitation idylliques sur les affiches des soldeurs.
Les affiches de Lidl & Co sont de pures actions de marketing lors desquelles certains produits sont proposés seulement peu de temps. Nous ne nous contentons pas de faire miroiter la régionalité et la transparence. Nous offrons cela à 100 %. Au contraire d'autres offreurs, nous ne vendons pas des biens de masse sans visage, bien au contraire. Farmy occupe déjà la troisième place parmi les plus grandes boutiques en ligne en Suisse. Cela nous conforte. ⬆

Photo : zVg

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 22 26.04.2021 15:03:15

La personne
Corina Milz,
Head of Corporate Communication chez Lidl Suisse

« Acheter comme au marché »

Lidl Suisse en chiffres :

Entrée dans le marché :
2009

Nombre de collaborateurs :
près de 4500

Offre :
2000 produits d'usage quotidien

Filiales :
151

Informations sur
www.lidl.ch

Si, Corina Milz, Lidl Suisse présente l'assortiment en ligne, on ne peut pas l'y acheter pour autant. Pourquoi ?
C'est vrai. Aussi le site Internet est-il très fréquenté. Nous sommes manifestement en phase avec un besoin des clients, même si aucun lien vers un format en ligne n'est prévu à ce stade. Mais nous observons le marché et testons d'ores et déjà des formats en ligne dans d'autres pays.

Vous misez donc sur l'expérience d'achat en magasin…
Oui, absolument. Dans un pays aussi exigeant que la Suisse, il faut convaincre avec un concept d'enseigne évoquant le marché, avec une présentation qui met en valeur les fruits et légumes. Nous prétendons aussi offrir le meilleur rapport prix-prestation tout en agissant de manière durable. Seule l'efficacité permet de proposer des prix aussi avantageux et de payer des prix équitables à nos fournisseurs.

Farmy se distingue par la transparence. Que dit Lidl Suisse à ce sujet ?
La transparence et la traçabilité sont des conditions importantes pour promouvoir la durabilité de la chaîne d'approvisionnement. C'est pourquoi nous rendons la chaîne d'approvisionnement visible publiquement, p. ex. pour les textiles et les chaussures. Nous entretenons de plus une collaboration étroite avec nos fournisseurs nationaux et leurs fournisseurs. Ainsi, nous avons identifié avec les producteurs suisses de fruits et légumes du potentiel d'amélioration sur des aspects de durabilité. Ces fournisseurs figurent en général sur les caisses de transport. Pour informer dans le magasin, nous étiquetons tout de façon transparente.

Avec l'initiative « petit mais costaud », Lidl révèle des spécialités locales réservées sinon aux marchés ou aux épiceries villageoises. Pourquoi ?
« Petit mais costaud » est une magnifique histoire à succès. Nous en sommes très fiers, car l'initiative permet à de tout petits producteurs d'offrir leurs produits dans toute la Suisse. Nous offrons chaque fois pendant deux semaines une centaine de produits choisis parmi les nombreux envois. Les dernières actions comprenaient p. ex. du nectar d'abricots et de poires de Charrat, du cidre de Riehen et des cerises séchées de Benzenschwil.

Les soldeurs n'ont cependant pas forcément une bonne réputation en Suisse quand il s'agit de sujets émotionnels comme les aliments, l'agriculture et la régionalité.
Nous sommes un commerçant équitable et définitivement installé en Suisse. Nous collaborons avec plus de trois cents fournisseurs suisses dont beaucoup nous sont fidèles depuis le début et ont grandi avec nous. Sur tout notre assortiment, nous réalisons depuis plusieurs années plus de 50 % de notre chiffre d'affaires avec des produits suisses.

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 23 26.04.2021 15:03:15

La rive droite du Léman est l'une des principales régions fruitières de Suisse. Les 50 hectares parfaitement remaniés de Luc Magnollay se trouvent à Étoy.

En avance sur le marché

Luc Magnollay d'Étoy VD diminue l'application de produits phytosanitaires. Mais cet engagement ne se vend encore guère.

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 24 26.04.2021 15:03:17

Luc Magnollay

Membre du comité central

Lieu :
Étoy VD

Espèces fruitières :
pommiers, poiriers, cerisiers, pruniers

Surface :
87 ha, dont 50 ha de vergers

Collaborateurs :
7 à plein temps.
35 cueilleurs-euses saisonniers-ères

✎ **Ursina Steiner**
📷 **Beatrice Rüttimann**

Des vergers à perte de vue : La rive droite du Léman est l'une des principales régions fruitières de Suisse. C'est là que se trouvent les 50 hectares parfaitement remaniés de Luc Magnollay. L'arboriculteur CFC de 55 ans y cultive, outre des pommiers (50 %), des poiriers, des cerisiers et des pruniers. Il est réputé pour son flair hors du commun pour le marché. « Dans le futur, on nous demandera des variétés résistantes. Il existe désormais une vaste palette de variétés fruitières résistantes à la tavelure d'excellente qualité. » Pour autant, Luc Magnollay a planté cette année Gala et Rosy Glow, car les nouvelles variétés durables ont toujours encore de la peine dans le marché conventionnel. Comme membre du comité central de la Fruit-Union Suisse, il recherche des solutions avec les partenaires commerciaux (voir l'entretien à la page 26).

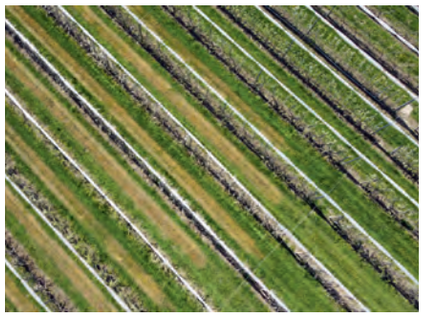
« Nous devons trouver des moyens de produire de façon plus favorable à l'environnement, sans perte de rentabilité. »
Luc Magnollay

Le marché freine les efforts écologiques

Entre-temps, Luc Magnollay s'est mis à appliquer deux philosophies de travail sur son exploitation : Il produit ce que le marché demande aujourd'hui et essaie en parallèle des systèmes de culture du futur plus durables. Sur 1 ha, il cultive la variété résistante à la tavelure Bonita sans protection phytosanitaire de synthèse, 3 ha sont exploités sans herbicide et il fume principalement avec du compost. L'arboriculteur dynamique a de nombreuses idées comment économiser encore des produits phytosanitaires. « J'aimerais planter des espèces qui attirent les pucerons dans mes rangs d'arbres. Ou favoriser les auxiliaires à l'aide de bandes fleuries. Je vois aussi beaucoup de potentiel dans l'activation ciblée de la bioactivité du sol. » Cette année, il laissera des hautes herbes s'installer dans l'interligne et sèmera des mélanges de bandes fleuries sur quelques parcelles. Il a acheté à cet effet une broyeuse d'OMB. Mais aussi longtemps que le marché ne se montre pas prêt à dédommager l'engagement écologique, Luc se retiendra de faire de gros investissements. Luc Magnollay a organisé son exploitation de 86 ha de façon très rationnelle. « Des parcelles de grande taille, intégralement remaniées, peu de variétés et de systèmes de culture – c'est le plus simple techniquement. »

Des classiques, des variétés Club et 1 ha de pommiers bio

Pour les pommes, Luc Magnollay continue de miser sur la variété principale Gala qui a une longue tradition sur les rives du Léman. Mais il ne recule pas devant des cultures plus difficiles comme Boskoop, Tentation et Kissabel. « Je continue d'attribuer un grand potentiel à Boskoop », dit-il. « Pour Kissabel à chair rouge, il nous reste à attendre un meilleur mutant. Si la variété club convainc au palais, sa culture pose de gros défis et la coloration de la chair varie fortement selon l'emplacement. »



Cette année, il laissera des hautes herbes s'installer dans l'interligne et sèmera des mélanges de bandes fleuries sur quelques parcelles. Il a acheté à cet effet une broyeuse d'OMB.

Photos : Beatrice Rüttimann, Simon Sägesser

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 25 26.04.2021 15:03:24

Tentation, qui a séduit Luc Magnollay avec son goût extraordinaire, ne l'enchante pas davantage. « Nous devons faire quatre passes de cueillette, car le commerce ne tolère pas les fruits verts. Et nous perdons de toute façon chaque année de nombreux beaux fruits parce qu'ils tombent. » Le cultivateur apprécie davantage Jazz et Pink Lady, bien qu'il se montre critique à l'égard de la protection des marques : « Les variétés club sont intéressantes pour l'exploitation elle-même. Mais elles créent beaucoup d'envie parmi les producteurs et les grossistes, ce qui affaiblit au bout du compte toute la filière. » Í

Luc Magnollay

« Oser innover signifie aussi apprendre des erreurs »

Quelles tendances observez-vous dans le marché ?
La demande de méthodes de production écologiques se fait de plus en plus pressante et les exigences face aux programmes standard augmentent sans cesse. En même temps ni les grossistes ne les détaillants ne s'empressent de dédommager en caisse les producteurs pour leurs prestations supplémentaires.

Quelles sont vos expériences en la matière ?
La Migros exige par exemple à ses producteurs de cultiver au moins 3 % de variétés résistantes à la tavelure. Mais en même temps elle refuse de les commercialiser. Je cultiverais tout de suite plus de surface de la variété Bonita résistante à la tavelure. Mais je me retiens aussi longtemps qu'elle ne se vend pas.

Vous dites « aussi longtemps » : attendez-vous une réorientation ?
Je pense que tout s'accélérera. Agroscope intensifie sa recherche de solutions durables en arboriculture. La pression exercée par Migros au début de l'année et son programme de durabilité ont forcé notre filière à créer notre propre programme durable pour 2022. Nous savons tous vers quoi nous allons : une sortie de l'ère de la chimie. Mais nous devons d'abord construire la voie. Nous ignorons encore les techniques de production de demain.

Quel sera le défi ?
Nous devons trouver des moyens de produire de façon plus favorable à l'environnement, sans perte de rentabilité. Il existe d'ores et déjà des moyens de renoncer en partie aux produits phytosanitaires en production fruitière. Si le marché nous suit, nous aurons bientôt fait un bout de chemin en écologie.

Outre la demande de plus d'écologie, l'épée de Damoclès de plus d'ouverture des marchés sommeille dans les tiroirs de la politique…
Bien sûr. La protection douanière n'est pas gravée dans le marbre. Mais les pommes étrangères ne sont pas la seule concurrence des pommes indigènes. Il y a désormais les oranges, les kakis et les mandarines. Nous allons probablement encore perdre des parts de marché.

Que pensez-vous de l'évolution des prix ?
Je pense qu'ils ne peuvent pas baisser davantage. D'une part nous arrivons en Suisse comme dans le monde aux limites de l'amélioration de l'efficacité et des rendements. Tout cela mettra un frein au « toujours plus toujours moins cher ».

Et d'autre part ?
Les consommateurs tendront peut-être à consacrer à nouveau une plus grande part du budget du ménage à la nourriture. Ici aussi, nous avons atteint un niveau très bas. Je suppose qu'à l'avenir on parlera davantage de la vraie valeur des produits.
Quand les consommateurs s'interrogent à leur tour sur la valeur d'un aliment, les actions promotionnelles et la lutte acharnée autour des prix perdent en importance.

Luc Magnollay devant sa maison de maître au centre du village d'Étoy, VD.

Photos : Beatrice Rüttimann

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 26 26.04.2021 15:03:28

En pole position avec Bonita

Luc Magnollay est convaincu que les variétés résistantes à la tavelure s'imposeront. Mais à ce jour, il expérimente le contraire. Il y a trois ans, Luc Magnollay a planté un hectare de Bonita résistante à la tavelure. « J'avais l'intention d'en planter plus », dit-il. Le Vaudois exploite le verger dans le cadre d'un programme cantonal en utilisant exclusivement les moyens homologués en production bio. Il touche des autorités en contre-partie CHF 1600.–/ha de contributions à l'utilisation efficiente des ressources et du marché 20 centimes de supplément pour le label IP-Suisse. « Je traite effectivement moins contre l'oïdium et la tavelure. Cette variété permet d'économiser des produits phytosanitaires. »

Mais le marché reste réfractaire. Seulement Denner et quelques petits épiciers vendent les pommes de production écologique comme fruits IP-Suisse. « Le commerce de détail n'est pas prêt à créer une nouvelle catégorie de prix entre le bio et les PER », se résigne-t-il. La situation est comparable pour les trois hectares que Luc Magnollay cultive depuis 2011 sans herbicide et en mode « bas-intrants ». Les contributions à l'utilisation efficiente des ressources ne couvrent ni le travail, ni le risque supplémentaires. Et le marché ne lui donne à ce jour aucune prime.

Photos : SOV, Beatrice Rüttimann, Simon Sägesser

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 27 26.04.2021 15:03:34

Livraison à domicile « Buur on Tour »

Buur on Tour est un abonnement de livraison à domicile de la région. Le service de livraison comprend plusieurs régions qui travaillent en autonomie et leurs producteurs. Ces valeurs sont la durabilité, la régionalité, la saisonnalité et l'équitabilité.

Buur on Tour est une organisation de producteurs qui propose en ligne sur www.buurontour.ch des produits issus de plusieurs exploitations et sous divers labels dans une région. Le programme est actif dans les régions de Soleure, Berne, Trois-Lacs, Olten, Brugg et Freiamt. Buur on Tour est un canal de vente pour des fruits et légumes pour près de cent exploitations. L'offre continue de s'élargir et on recherche d'autres producteurs.

Les client-e-s composent chaque semaine en ligne un sac avec des fruits, de la boulangerie, du miel, des bocaux et de nombreuses spécialités locales. Puis les produits frais sont livrés à domicile par la poste. Ou les clients peuvent récupérer les produits frais dans une station de retrait ou chez les exploitants. Tous les aliments proviennent d'exploitations agricoles situées dans les environs immédiats. On soutient ainsi la production régionale et de saison.

Le producteur conduit les commandes en lots plus grands à la station de distribution la plus proche. Puis le facteur les récupère et les livre au client avec le courrier du jour. La collaboration avec la poste suisse permet de se passer d'un service de livraison supplémentaire. La poste distribue les marchandises en général avec des véhicules électriques. La poste ne fait pas de courses spéciales et intègre la livraison dans le processus de distribution régulier.

Beatrice Rüttimann

Un magasin de ferme numérique

Hoflädeli24 est plus qu'un automate. L'écran monte à la clientèle des informations sur le producteur et chaque produit. Il recourt aussi davantage aux possibilité de l'outil numérique.

Hoflädeli24.ch est le premier réseau de vente qui utilise les possibilités du numérique pour la vente directe des produits de la ferme et il révolutionne les achats directs chez le producteur. Les consommateurs peuvent interroger la disponibilité des produits en temps réel grâce à une appli. Hoflädeli24.ch a été instigué par l'Union des paysans zurichois et Cardedge GmbH. Le programme est soutenu par l'Union suisse des paysans.

Beatrice Rüttimann

Les produits régionaux s'achètent via un écran tactile et en payant sans contact.

Photos : zVg

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 28 26.04.2021 15:03:37

Bienvenue au magasin de ferme

9 astuces pour promouvoir efficacement vos produits et votre boutique

1 Créer votre zone de bien-être

Les client-e-s doivent se sentir à l'aise en courses. Il faut donc créer une ambiance agréable propice aux achats. Veillez à ce que non seulement le magasin soit beau à voir, mais à ce que toute l'exploitation ait un air soigné et accueillant.

2 Le bouche-à-oreille

Les clients satisfaits sont les meilleurs messagers. Ils ne font pas que flâner dans le magasin de ferme. Ils choisissent un magasin en toute conscience. Ils sont convaincus de cette forme de vente. L'avantage de cette publicité : Elle est gratuite. Mais la prestation doit correspondre à 110 %.

3 Votre identité

Choisissez un logo impossible à confondre et un nom de circonstance. Le magasin de ferme doit avoir une identité pour les clients. Étiquetez tous vos produits et emballages avec votre logo. Mettez en évidence toutes les caractéristiques qui vous distinguent des concurrents.

4 Tirer parti des particularités

Mettez en évidence les particularités de vos produits, même si vous les jugez très banaux. Exemple : Vous avez une variété de pommier patrimoniale dans votre verger. Ou vous vendez du miel de votre ruche. Vous gardez une race de poules spéciale.

5 Emmenez vos clients en voyage

Racontez des histoires de votre quotidien et de votre travail et donnez aux consommatrices et consommateurs un aperçu de votre vie de tous les jours. Si vous pouvez raconter une histoire sur vos produits, vous en faites quelque chose de spécial et vous vous rendez accessible et authentique.

6 Du matériel publicitaire propre à l'exploitation

Les informations sur l'exploitation sont indispensables. Un coin joliment aménagé en point d'info avec des photos, un portrait-robot de l'exploitation, des informations sur la fête de l'exploitation, l'annonce des échéances saisonnières et les prestations, un dépliant dédié à l'exploitation, des recettes et conseils pour apprêter les denrées, etc. fera l'affaire.

7 Tirer parti de la saisonnalité de vos produits

Invitez les clients à la ferme pour le début de la nouvelle récolte avec des billets, des affiches ou une bannière. Présentez les premiers petits fruits, pommes ou plus tard les confitures créées en devant un café offert. Utilisez à cet effet nos nouveaux moyens publicitaires que les membres de la FUS peuvent commander à moitié prix.

8 L'intérêt local

La plupart des journaux locaux sont ouverts aux sujets régionaux captivants. Une invitation à assister au pressurage et à goûter le nouveau moût au début de la nouvelle campagne des pommes peut aider. Il faut alors de photos intéressantes.

9 Le site Internet de votre magasin de ferme

Plus rien ne va de nos jours sans site Internet. Vous pouvez parfaitement faire de la publicité sur les réseaux sociaux sans coûts directs. En faisant savoir sur Facebook, instagram ou WhatsApp que vous avez des petits fruits frais et que la saison a commencé, vous allez acquérir de nouveaux clients. Publiez de belles images. Le texte seul est insuffisant.

10

« Je tiens à ce que les magasins de ferme se présentent sous leurs plus beaux atours. C'est pourquoi je les soutiens. »

Katja Lüthi
Collaboratrice scientifique Transformation, FUS

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 29 26.04.2021 15:03:38

OBSTBÄUME

Sie können alle aktuellen Sorten bei uns bestellen.
Gerne machen wir Ihnen eine Offerte
für nächste Saison 21/22!

Sortiment Äpfel:
Boskoop Bielaar*, Boskoop Quast®, Braeburn Maririred*
Cox la vera*, Elstar Elshof*, Fuji Kiku8 Fubrax*, Galant*
Gala: Galaxy Selecta*, Jugala*, Schnico®
Galmac*, Golden Parsi ®, Golden Reinders*,
Gravensteiner Friedli ®, Jonagold Novajo*, Ladina *,
Milwa* (Diwa®), Pinova*, Redlove®,
Rubinette Rossina*,Rustica*, Summerred,
Mostäpfel: Reanda*, Rewena*, Remo* auf MM111
(*Sortenschutz)

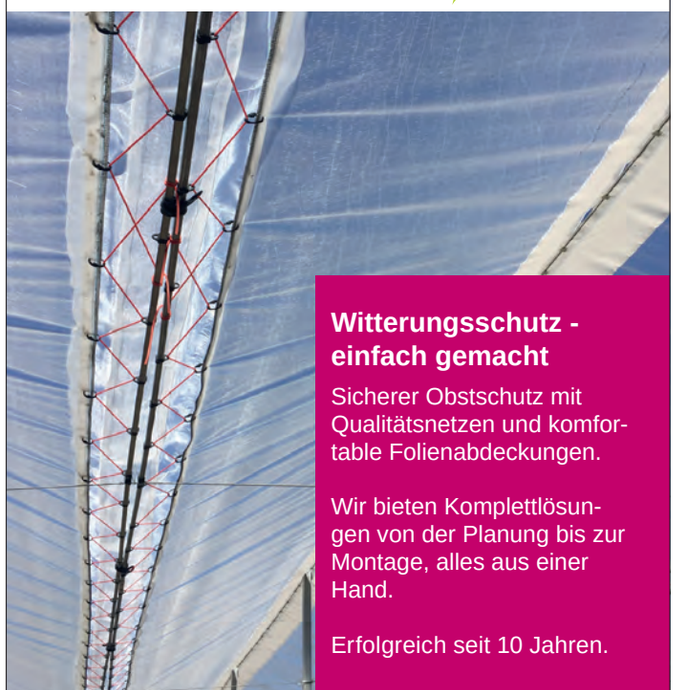
Sortiment Birnen:
CH-201*, Conference Quitte Eline®,
Kaiser Alexander, Williams

Représentant pour Suisse Romande:
Mr. Cédric Blaser: Tel. 079 362 86 04
blaser.cedric@bluewin.ch

LEHNER
OBSTBAU / BAUMSCHULEN

Beat Lehner
8552 Felben-Wellhausen Tel: 052 765 28 63
www.lehner-baumschulen.ch
Mail: info@lehner-baumschulen.ch

QUALIFRU
BEWÄSSERUNG & WITTERUNGSSCHUTZ
10 JAHRE



Witterungsschutz - einfach gemacht

Sicherer Obstschutz mit Qualitätsnetzen und komfortable Folienabdeckungen.

Wir bieten Komplettlösungen von der Planung bis zur Montage, alles aus einer Hand.

Erfolgreich seit 10 Jahren.

Telefon +41 71 640 03 04 www.qualifru.ch

ZEIT FÜR FRISCHE IDEEN
www.sg-ladenbau.de
+49 7133 2297912
Matthias Golze
Dipl.Ing. Innenarchitekt
sg Ladenbau

Selbstvermarktung
optimale Warenpräsentation
mit den Cargo Plast Kleinkisten

CARGO PLAST
Container & Packaging Systems
In Oberwiesen 23
D-88682 Salem
Tel.: +49 (0) 7553 82 77 888
info@cargoplast.eu

Der praktische Allrounder
Großkisten für die Landwirtschaft
faltbar oder starr

MINI CA-Lager
die moderne Art der Lagerung
effektive Saisonverlängerung

–20%

Les distilleries souffrent des semaines de fermeture de la restauration et de l'interdiction des manifestations. Le recul est de près de 20 % pour les eaux-de-vie de cerise et de pruneau, ce qui a conduit à des accumulations de stocks à hauteur.

Tendances, faits & chiffres

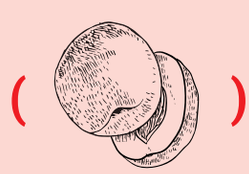
S'abonner à la lettre d'information et rester informé : **sov@swissfruit.ch**

Foto: SOV

Campagne nationale de la FUS

Du nouveau matériel publicitaire

Nous lancerons notre nouvelle campagne publicitaire en juin 2021. À cet effet, nous produisons du matériel publicitaire tel que des bâches, affiches, sacs à courses, panneaux de ferme, verres, gobelets en carton, etc. Certains articles, comme les bâches, sont personnalisables. Cela veut dire qu'on peut les munir d'un logo et d'un texte adapté à la région. En tant qu'adhérent, vous bénéficiez d'une remise de 50 %. Vous pourrez commander les articles dans notre boutique dès la mi-mai. www.swissfruit.ch/fr/shop



Production d'abricots

Les abricots bio sont très appréciés sur le marché. Mais la production indigène ne parvient pas à satisfaire la demande. Les producteurs d'abricots bio du Valais ont montré que la culture biologique est possible, mais qu'elle réserve d'importants défis, notamment la moniliose et la bactériose (Pseudomonas). Aussi, la liste de variétés courante ne garantit pas encore de rendements rentables. Des essais ont montré que les produits phytosanitaires biocompatibles disponibles en ce moment ne permettent pas de réguler ces maladies suffisamment. Les recherches dans ce domaine continuent sur la base des acquis du programme ABBio (2017 à 2019), afin de dispenser des conseils pratiques. Le programme VULG-ABBio a pour but d'assurer le transfert de connaissances chez les producteurs pour en permettre la transposition dans la pratique et la production d'abricots bio dans le futur.

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 31 26.04.2021 15:03:49

Initiatives agricoles

Aux prochaines votations, la population Suisse se prononcera sur les initiatives sur l'eau potable et l'interdiction des pesticides. Nous luttons de toutes nos forces contre ces initiatives extrêmes. Aperçu :

1

Le dimanche du scrutin

Après trois ans de délibérations, les deux initiatives sont soumises au peuple le 13 juin 2021. La phase la plus critique de la campagne est donc imminente.

2

L'alliance

IG ZUKUNFT PFLANZENSCHUTZ
CI avenir de la protection des plantes
CI futuro della protezione delle piante

Nous sommes actifs au sein d'une vaste alliance composée de représentants de toute la chaîne de valeur et menons la campagne aux côtés de nos partenaires de la CI avenir de la protection des plantes (FUS, UMS, JardinSuisse, scfa). Notre campagne est soutenue par d'autres partenaires comme economiesuisse, SAS, vitiswiss et Konsumentenforum. Nous avons des échanges soutenus avec l'organisation de campagne de l'Union des paysans suisses.

3

L'argument du prix

Non à des prix plus élevés: l'offre régionale diminue. Les prix des produits régionaux augmentent. Les victimes directes sont les consommatrices et les consommateurs. Et cela pèse aussi sur la restauration, l'hôtellerie et les fabricants d'aliments. Les plus touchés sont les secteurs déjà sinistrés et les citoyens socialement défavorisés.

4

L'argument de l'offre

Non à moins de produits régionaux. La protection phytosanitaire est indispensable à une production régionale de qualité. Sans protection phytosanitaire, l'existence de nombreuses exploitations agricoles et horticoles indigènes est menacée. Des emplois sont en jeu. Les importations remplacent les produits régionaux. Le tourisme aux achats est encouragé. Cela concerne l'agriculture conventionnelle ET la production bio.

Photos: zVg, unsplash, thenounproject

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 32 26.04.2021 15:03:51

5

L'argument de la sécurité

Non à moins de sécurité alimentaire et à plus de gaspillage alimentaire. Les initiatives limitent l'usage de désinfectants et de détergents, ce qui met en danger la sécurité des aliments pendant la transformation et la conservation. La renonciation aux produits phytosanitaires diminue aussi la durabilité et accroît le gaspillage alimentaire.

6

L'argument de l'innovation

Non à l'affaiblissement du site de recherche Suisse. Les interdictions limitent la recherche et entravent l'innovation, ce qui bloque la voie vers une agriculture encore plus durable. La Suisse comme site de recherche et d'innovation est affaiblie.

7

Votre engagement

En tant que producteur, vous êtes un ambassadeur crédible de notre cause. Votre engagement est déterminant. Faites tout votre possible pour inciter un maximum de personnes à se rendre aux urnes. Ils faut les faire voter non à l'initiative sur l'eau potable et non à l'initiative d'interdiction des pesticides.

8

Notre matériel

Sur notre portail de campagne, https://bit.ly/3u9MD2R, vous trouvez toutes les informations importantes à télécharger. Vous pouvez retirer gratuitement des affiches, brochures et autocollants dans nos centres de distribution (informations sur swissfruit.ch).

9

Nos activités

Nous vous informons de nos activités à intervalles irréguliers avec notre lettre d'information de campagne. Inscrivez-vous par courriel à sov@swissfruit.ch. Si vous appréciez les informations par WhatsApp, nous vous invitons à vous annoncer au courriel ci-dessous.

10

Remerciements

Au cous des derniers mois, nous avons pu compter sur le soutien indéfectible de beaucoup d'entre vous. Nous ressentons un grand engagement et une énorme motivation. Nous vous en remercions de tout cœur.

Vers le site de la campagne :
zukunft-pflanzenschutz.ch

Être informé en permanence
swissfruit.ch

Christian Schönbächler
Responsable marketing/communication, FUS

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 33 26.04.2021 15:03:55

LOCHMANN
sprayer innovation

Sprüher Innovation auf höchstem Niveau:

- ökonomische Vorteile durch wirkstoffsparendes Sprühen
- hohe Arbeitsgeschwindigkeit
- kompakte und leichte Bauweise für den Einsatz auf engstem Raum
- wassersparende Düsen

Interessiert?
Jetzt noch vom Förderbeitrag profitieren!

Forrer landtechnik ag
Bühlhofstrasse 20
9320 Frasnacht
071 414 10 20
forrer-landtechnik.ch

PAUL FURRER AG
Wassergraben 2
6210 Sursee
041 921 77 00
paul-furrer.ch

eggmann
Amriswilerstr. 42
8580 Hefenhofen
071 411 10 89
eggmann-landmaschinen.ch

Buchhaltungen, Steuern
MWST-Abrechnungen
Beratungen, Hofübergaben
Schätzungen aller Art
Liegenschaftsvermittlung
Boden- und Pachtrecht, Verträge

Lerch Treuhand

Lerch Treuhand AG, Gstaadmattstrasse 5
4452 Itingen/BL, Tel. 061 976 95 30
www.lerch-treuhand.ch

CA- und ULO-Langzeitlager

- Neueste Isoliertechnik
  • La technique d'isolation la plus récente
- Zuverlässige Raumabdichtung
  • L'calfeutrage sûr des chambres
- Bewährte Torsysteme
  • Les systèmes de portail expérimentés

Plattenhardt + Wirth GmbH
D-88074 Meckenbeuren-Reute
Tel. +49(0)7542-9429-0
info@plawi.de · www.plawi.de

Kälte-, Klima- und Energietechnik
Professionalität aus einer Hand
Wir planen, projektieren, installieren
und warten Kälte-/Klimaanlagen
wie auch Kühl-/Tiefkühlzellen

Paul von Arx AG

Bauen Sie auf unsere jahrelange Erfahrung!
https://www.pava.ch

Ostringstrasse 16 · 4702 Oensingen · Tel. 062 388 06 06

Justizvollzugsanstalt Bostadel
6313 Menzingen ZG

Ein Produkt das hält was es verspricht

Tel.: 041 757 19 39
korbwaren@bostadel.ch
www.bostadel.ch

Agenda

8 mai
Journée des vergers et jardins ouverts

La première journée des vergers et jardins ouverts aura lieu en collaboration avec l'UMS. L'action entend révéler à la population les cultures fruitières et maraîchères et la valeur ajoutée de la production suisse.
L'inscription est obligatoire en vertu des restrictions liées à la COVID-19. Les visites guidées de l'entreprise auront lieu avec quinze personnes maxi par visite. Pour en savoir plus, consultez : www.fruechteundgemuese.ch/fr

29 mai
Colloque de Breitenhof

Agroscope et ses partenaires vous invitent cordialement au colloque de Breitenhof le matin du samedi 29 mai 2021. Il est mis en place de façon à permettre à la fois une manifestation sur place avec concept de protection adéquat et en ligne.

10 juin
Colloque cidricole

Des informations passionnantes pour améliorer les propriétés visibles des jus colorés, sur les paramètres d'extraction optimaux de jus de petits fruits. Aussi des informations bonnes à savoir autour du cidre (développement du marché et dégustation).
Des informations supplémentaires sont à venir.

Foto: zVg, SOV

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 35 26.04.2021 15:04:09

agris® quattro ERP-Branchenlösung – skalierbar für 1 bis 500 Mitarbeitende

Von der Pflanzung bis zur Gewinnverbuchung.
Seit über 35 Jahren digitalisieren wir die administrativen Abläufe: Produktion, Einkauf, Verkauf, Hofladen, APP für B2B-Onlinebestellungen, Disposition,Telefonie, Zeiterfassung, Lohn, Finanzwesen, PC, Server, Drucker, Scanner, Waage, Kasse, Cloud – voll integriert. Wir schalten laufend frei, was Sie benötigen. Fragen Sie nach unseren Referenzen, testen Sie uns!

CBT SOFTWARE AG
CBT Software AG
4442 Diepflingen
061 981 25 33 | cbt.ch

IT die mitwächst, aus einer Hand.

Gegen Apfel- und Schalenwickler
Contre le carpocapse et le capua

Andermatt Biocontrol Suisse
Andermatt Biocontrol Suisse AG
Stahlermatten 6 · 6146 Grossdietwil
Tel. 062 917 50 05 · www.biocontrol.ch

SATISFAIRE LES GOURMETS ?
RIEN DE PLUS FACILE !

Avec Patentkali et ESTA Kieserit, vos fruits et légumes sont d'autant plus délicieux.

Patentkali® 30 % K_2O · 10 % MgO 42,5 % SO_3

ESTA® Kieserit 25 % MgO · 50 % SO_3

K+S France SAS
A K+S Company
www.ks-france.com · K+S France

Le meilleur reste à venir!

Nous lancerons notre nouvelle campagne publicitaire en juin 2021.
En tant qu'adhérent, vous bénéficiez d'une remise de 50 %.
www.swissfruit.ch/fr/shop

Suisse. Naturellement.

TONI SUTER
blumig bäumig kreativ

Obstbäume
aus der Qualitäts-baumschule

Planen Sie Ihren Erfolg mit Toni Suter Obstbäumen. Verschiedene Baumformen speziell für den Erwerbs-obstbau mit vielen neuen, z.T. zertifizierten Sorten. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein interessantes Angebot. Tel. 056 493 12 12 – www.tonisuter.ch
5405 Baden-Dättwil

Un changement en vaut la peine!

Découvrez ici la raison:
www.verom.ch • info@verom.ch • 044 253 93 70

Caisse de compensation Verom
AHV AVS + AI IV

agrisano

Avec nous, vous protégez vos employés: **global et bien assuré!**

Pour toute l'agriculture!
Toutes les assurances à portée de main.

Nous vous conseillons avec compétence!
Contactez votre agence régionale.

Saturation du marché des fruits à cidre

Le marché des fruits à cidre et de distillerie est saturé, les stocks sont énormes. L'absence de ventes à cause de la COVID-19 aggrave encore la situation. Le centre de produits Fruits à cidre de la Fruit-Union suisse exhorte avec insistance à renoncer à planter de nouvelles cultures intensives et de haute tige de fruits à cidre.

Jimmy Mariéthoz
Directeur FUS

Dans une première analyse, le CP Fruits à cidre note qu'il existe en Suisse un excédent structurel en fruits à cidre. En ce moment, les quantités de Suisse Garantie dépassent la demande intérieure et même en bio le marché est plus que saturé. La production courante engendrera donc aussi dans le futur des retenues élevées. Le centre de produits Fruits à cidre adresse donc un appel urgent à l'agriculture suisse de ne plus planter de nouvelles cultures de fruits à cidre intensives ou à haute tige. L'industrie cidricole ne peut plus garantir la prise en charge de toute la récolte dans le cadre du système des retenues ; les capacités de stockage atteignent leurs limites, car les réserves de concentré de jus de pomme et de jus de poire dépassent actuellement les besoins de deux ans.

Il existe en Suisse un excédent structurel de fruits à cidre.

Les ventes de spiritueux se sont effondrées de presque 20 %.

La pandémie de COVID-19 impacte négativement les ventes de spiritueux. Les distilleries souffrent particulièrement des semaines de fermeture de la restauration et de l'interdiction des manifestations. Le recul est de près de 20 % pour les eaux-de-vie de cerise et de pruneau, ce qui a conduit à des accumulations de stocks à hauteur ces trois dernières années. Le CP Distillats analyse actuellement la situation et élabore de propositions de solution adéquates, sachant que l'aide fédérale à la prise en charge de la récolte 2021 est menacée.

Renoncez à planter de nouveaux vergers de fruits à cidre intensifs ou à haute tige.

Les travaux sont en cours.

Les centres de produits compétents ont conscience du sérieux de la situation et travaillent d'arrache-pied sur le sujet. La situation reste tendue et il ne faut guère s'attendre à des solutions simples. Les deux centres de produits et les organisations sectorielles Fruit-Union Suisse et Distillateurs suisses informeront en temps voulu sur les mesures décidées. **f**

Photo: SOV

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 38 26.04.2021 15:04:16

Dotation personnelle

Départ : Simon Sägesser

Nous n'aurions pas pu rêver de meilleur collègue de travail. Simon a travaillé presque trois ans au département Marketing/Communication Il s'est distingué par sa créativité et ses grandes compétences artistiques et a apporté à notre équipe pas mal d'innovation et de savoir-faire technique. Nous remercions Simon chaleureusement de son travail. Son caractère sociable et serviable nous manquera beaucoup. Nous lui souhaitons de nombreux beaux moments et une santé resplendissante pendant son aventure à vélo.

Entrée : Marina Schenker

Marina Schenker a travaillé au département Marketing/Communication comme stagiaire du 1er février au 30 juin. Elle prêté main forte principalement aux travaux autour de la lutte contre les initiatives agricoles extrêmes. Elle étudie la communication des organisations et habite à Frauenfeld.

Edi Holliger
Responsable Innovation/Développement, FUS

Une production de fruits pour le futur

Vous gérez depuis février le département Innovation et développement. Quelles sont les tâches principales que le département assume pour le secteur ?
Les thèmes phares sont l'innovation/le développement, la mise en valeur et la formation initiale et continue en arboriculture.

Qui sont les interlocuteurs ?
Katja Lüthi est l'interlocutrice dans le domaine de la mise en valeur (installations cidricoles, produits de fruits, distillats, vente directe). Marc Fehlmann est actif dans la formation initiale et continue et en économie d'entreprise petits fruits. J'assume un rôle actif, coordonne et défends les demandes nationales de la FUS dans les comités dédiés à la protection phytosanitaire, aux projets de recherche et au développement ultérieur, face aux offices fédéraux et aux organisations.

Quels sont les enjeux actuels en cours de traitement ?
Des analyses approfondies afin de détendre la situation tendue dans le domaine des fruits à cidre sont en cours. En formation professionnelle arboricole, la révision de la formation initiale est au centre de notre intérêt. Nous travaillons main dans la main avec le négoce au développement d'une solution sectorielle nationale « fruits durables ». Nous concrétisons de plus le centre de compétence Fruits pour renforcer le futur de la production fruitière en Suisse.

Mentions légales

Magazine spécialisé de la Fruit-Unions Suisse à Zoug. Paraît six fois par année en allemand et en français. Le tirage certifié REMP est de 2927 exemplaires.

Rédactrice responsable :
Beatrice Rüttimann
Fruit-Union Suisse
Baarerstrasse 88, 6300 Zoug
Tél. +41 41 728 68 30
E-Mail : pr@swissfruit.ch
www.swissfruit.ch

Mise en page :
Simon Sägesser
Fruit-Union Suisse

Concept de mise en page :
Studio Edit, Zürich

Prix des abonnements :
Suisse : CHF 57.–/année (six numéros)
Étranger : CHF 120.–/année (six numéros)

Abonnements :
Fruit-Union Suisse
Baarerstrasse 88, 6300 Zoug
Tél. +41 41 728 68 50
E-mail : sov@swissfruit.ch

Annonces :
Ursula Notz Maurer
Lochbachstrasse 18 A
3414 Oberburg
Tél. +41 34 423 21 41
Fax +41 34 423 21 41
E-mail : ursula.notz@bluemail.ch

Traduction :
Yvette Allimann, Glovelier

Impression et distribution :
Multicolor Print AG
Sihlbruggstrasse 105a
6341 Baar
Tél. +41 41 767 76 76

printed in switzerland

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C022369

Buch_SchweizerObst_Magazin_FR.indb 39 26.04.2021 15:04:18

Sercadis®

L'innovation pour les pommes de terre, **l'arboriculture** et la viticulture.

Prix imbattable* ET performance supérieure !

BASF
We create chemistry

*** pour 67 Fr./ha max. en fruits à pépins (0.21 L Sercadis® + 0.48 kg Delan® WG) :**

- Un contrôle supérieur et de longue durée de l'oïdium et de la tavelure
- Très bonne compatibilité et selectivité
- Excellente résistance à la pluie

Utilisez les produits phytosanitaires avec précaution. Avant toute utilisation, lisez toujours l'étiquette et les informations sur le produit. Tenez compte des avertissements et des symboles de mise en garde.

BASF Schweiz AG · Protection des plantes · Klybeckstrasse 141 · 4057 Basel · phone 061 636 8002 · agro-ch@basf.com · www.agro.basf.ch