



# Vermarktungskonzept für Aprikosen 2020

Vom Produktzentrum Aprikosen am 03. Juni 2020 beschlossen.

## 1 Ziele

- 1.1 Optimale Marktversorgung in Bezug auf Mengen, Sorten und Kategorie 1.
- 1.2 Segmentierung des Marktes nach Qualitätsklassen definiert in den Normen und Vorschriften für Aprikosen und den Bedürfnissen des Marktes.

## 2 Qualitätsanforderungen der Klasse I

- 2.1 Die Normen und Vorschriften SOV/SWISSCOFEL gelten unter Berücksichtigung der speziellen Wünsche der Kundschaft.
- 2.2 Bei allen Tafel Früchte-Posten ist der optimale Erntezeitpunkt einzuhalten, auf rasche Ablieferung zu achten, um die Haltbarkeit sicherzustellen.  
Die Posten sollen homogen sein und sich bezüglich Kaliber nicht überschneiden.  
Für grossfruchtige Sorten (Goldrich/Jumbo Cot®, Comédie, Hargrand, Pink Cot), besteht die Kategorie I aus Kalibern ab 45+ mm.  
Für die anderen Sorten mit normal grossen Früchten besteht die Kategorie I aus Kalibern ab 40+ mm.

## 3 Vermarktungsmengen

Bei rund 6000 Tonnen Schweizer Aprikosen (Suisse Garantie) können während der Sommerkampagne auf allen Stufen wirtschaftliche Preise erwartet werden.

Die Einschätzung der vermarktbaren Menge ist eng an folgende Faktoren gebunden:

- Entwicklung des Aprikosenmarktes
- Verkäufe
- Entwicklung und Zusammensetzung der Lagermengen
- Witterungsbedingungen

## 4 Absatzförderung

- 4.1 Absatzförderung beinhaltet Basiswerbung und Marktinformation, ergänzt durch individuelle Verkaufsanstrengungen des Handels (Gross- und Detailhandel).
- 4.2 Durchgeführt werden besondere PR-Massnahmen und Promotionen wie Radiosponsoring, Verkaufsanimationen, Aprikosenfest alle 2 Jahre, u.a.m. Das Produktzentrum kann zusätzliche Fördermassnahmen zuhanden des Vorstands der IFELV vorschlagen.
- 4.3 Das nationale Herkunftsmarketing wird durch die Garantiemarke «Suisse Garantie» verstärkt, ergänzt mit Sorten- und Qualitätsinformationen.

## 5 Marktchancen

- 5.1 Marktchancen haben jene Posten, die der Kategorie I angehören und den im vorliegenden Konzept aufgeführten Kategorien und Bestimmungen genügen.
- 5.2 Die regionalen Organisationen unterstützen das Produktzentrum bei der Durchsetzung des nationalen Vermarktungskonzeptes und bei den mengenreduzierenden Massnahmen in den Regionen.



## **6 Besondere Massnahmen und Empfehlungen für die kommende Kampagne**

- 6.1 Die Branche (das heisst die IFELV) erfasst die nötigen Daten für die Marktbegleitung. Die IFELV schätzt das Potential und die Aprikosen-Mengen vor der Ernte. Sie analysiert den Ablauf der Ernte und verfolgt ihren Verlauf täglich (vermarktete Mengen, Entwicklung der Lagermengen und Voraussage der Ernte).
- 6.2 Empfehlungen an die Produzenten und Vermarkter. Den Obstmarkt ausschliesslich mit Aprikosen versorgen, die den Normen und Vorschriften SOV/SWISSCOFEL entsprechen.
- 6.3 Bei allen Tafel Früchte-Posten ist der optimale Erntezeitpunkt einzuhalten, auf rasche Ablieferung zu achten und unmittelbare Kühlung zu verwenden.
- 6.4 Ausschliesslich saubere beziehungsweise neuwertige Gebinde verwenden. Importgebinde sind nicht zulässig für Schweizer Früchte.
- 6.5 Verstärken der Zusammenarbeit zur Bestimmung des Erntezeitpunkts, der individuellen Qualitätsanforderungen der Kunden und der Bestimmungen hinsichtlich der Vermarktung.
- 6.6 Verkaufsstrategien ausarbeiten, Aktivitäten planen u.a.m.
- 6.7 Einhaltung der Marktzulassungsbedingungen für Steinobst der WTO.
- 6.8 Export: Ausschöpfung des Zollfrei-Kontingents mit der EU, Ausfuhr von Tafelaprikosen (500 t).
- 6.9 Falls zu hohe Zwischenlagermengen die Frische am Verkaufspunkt und eine reibungslose Marktordnung zu beeinträchtigen drohen, sind kurzfristig gemeinsame Marktentlastungsmassnahmen zu prüfen.
- 6.10 In Ausnahmefällen kann das Produktzentrum Aprikosen Abweichungen von den Toleranzen beschliessen, sofern die Früchte den Lebensmittelrechtlichen Vorschriften entsprechen und der vorgesehene Verwendungszweck erfüllt werden kann (z. B. Zwetschgen mit geringen Schäden zur Herstellung von Konfitüre). Solche Abweichungen müssen vorgängig zwischen Lieferanten und Abnehmer vereinbart werden. Solche Abweichungen betreffen die Kategorie I nicht.

## **7 Richtpreisgestaltung durch das nationale Produktzentrum Aprikosen**

- 7.1 Abgangs-Richtpreise ab dem Wallis werden vorwärtsgerichtet ab Erntebeginn bis Ende Kampagne jede Woche (Telefonkonferenz) festgelegt. Rückwirkende Richtpreiskorrekturen sind zu vermeiden.
- 7.2 Das Produktzentrum legt die Richtpreise ab Wallis pro Kategorie und pro Kaliberklasse aufgrund von den Faktoren Ernteschätzung, Berechnung der Produktionskosten und Marktchancen der Aprikosen fest.