

Communiqué de presse: Assemblée générale d'AMS du 26.05.2011

AMS revendique une déclaration efficace du Swissness

Agro-Marketing Suisse AMS veut à la fois rendre le marketing agricole encore plus professionnel, soutenir la stratégie du Conseil fédéral en matière de qualité et encourager la promotion des produits suisses au moyen de la marque d'origine Suisse Garantie.

Lors de l'assemblée générale d'AMS, fin mai, son président Urs Schneider a tiré un bilan positif de l'exercice 2010. Il a notamment souligné que l'objectif prioritaire de l'association reste la promotion et le positionnement, dans les foires et expositions, des denrées alimentaires d'origine suisse via la marque Suisse Garantie. Avec la mondialisation et l'ouverture des frontières aux denrées alimentaires, le consommateur est devenu plus attentif à l'origine et à sa déclaration. Les produits arborant la croix suisse sont appréciés et bénéficient d'une bonne image, en Suisse et dans le monde. « La marque Suisse est précieuse et sa crédibilité ne doit pas être compromise », a souligné Urs Scheider. Et de conclure que « l'agriculture et le secteur agroalimentaire suisses ont impérativement besoin d'un projet Swissness porteur ». À ce propos, la question de la matière première est cruciale pour les membres d'AMS : là où la Suisse figure sur l'étiquette, la Suisse doit être dans le produit, a insisté le président devant l'assemblée. AMS voit par ailleurs des opportunités dans la stratégie en matière de qualité de l'Office fédéral de l'agriculture. Il la soutiendra et participera donc activement à son aménagement.

AMS estime en outre que les dispositions concernant la promotion des ventes des produits de l'agriculture suisse préconisées dans l'article 12 de la loi sur l'agriculture sont essentielles pour sauvegarder la place de la production indigène sur le marché alors que les frontières s'ouvrent de plus en plus. Urs Schneider a donc demandé le maintien des ressources financières investies actuellement, voire leur augmentation dans l'optique de la stratégie de qualité et en prévision de l'ouverture des marchés.

Charlotte Hofstetter, gérante de l'association, a fait part de son analyse des mesures de communication en faveur de Suisse Garantie. La participation aux foires d'envergure nationale, le restaurant d'AMS et l'allocation des moyens publicitaires doivent encore renforcer le degré de notoriété de Suisse Garantie. À ce propos, AMS considère comme primordiale l'utilisation de la marque Suisse Garantie par le maximum de commerces de détail.

L'assemblée a encore élu Heiri Bucher, directeur de Proviande, et Beat Stierli, directeur de l'Union maraîchère suisse, au comité. Elle a également pris congé de Regula Kennel, responsable de la communication de Proviande durant de longues années ainsi que de la promotion de Suisse Garantie.

AMS va continuer à jouer un rôle-clé dans la promotion de la garantie d'origine suisse et s'engager davantage à l'étranger dans ce contexte. Outre sa présence annuelle à la Semaine verte internationale de Berlin, l'association prépare donc sa participation à l'exposition universelle de 2015 à Milan.

Plus d'informations: Urs Schneider, président AMS, tél. 079 438 97 17

