



Cinq questions à Heinrich Bucher, directeur de Proviande

1. Quelle est l'importance des marchés internationaux et quelles sont les attentes de la filière suisse de la viande?

Les activités de marketing d'exportation de Proviande se concentrent sur les pays-cibles que sont l'Allemagne, la France, l'Italie et l'Autriche. Après accord avec la filière, l'accent a été mis sur l'Allemagne et l'Autriche. La France doit également être incluse à partir de 2012. Ces trois pays représentent un grand marché, avec une grande conscience de la qualité dans les segments de clientèle que nous visons, un vif intérêt pour les produits régionaux, une disposition certaine à importer, et une conscience marquée pour la sécurité alimentaire.

En 2010, les quantités de viande suisse exportées étaient supérieures à l'année précédente (5 833 tonnes de viande prête à la vente et de produits carnés contre 4 496 en 2009). Les principaux pays vers lesquels la Suisse exporte sa viande et ses produits carnés sont l'Allemagne, la France et l'Italie. Ainsi, en 2010, par exemple, 87 pour cent de toutes les exportations de viande porcine ont eu lieu vers l'Allemagne, tandis que la France a importé principalement de la viande bovine séchée. Visiblement, les consommatrices et consommateurs européens semblent de plus en plus apprécier nos spécialités de viande séchée. Les exportations de ces produits ont augmenté, pour la viande bovine, de 31 pour cent au cours de l'année sous revue, passant ainsi à 1 833 tonnes nettes (contre 1 399 tonnes l'année précédente). Sur ce chiffre, 1 187 tonnes ont été exportées en France et 204 tonnes en Allemagne. L'objectif est de continuer d'augmenter cette part et de conquérir de nouveaux marchés avec de nouveaux produits comme par exemple le Mostbröckli d'Appenzell ou la saucisse à rôtir de veau de St-Gall IGP.

2. Quelles activités de marketing d'exportation Proviande mène-t-elle à l'étranger et qu'attendez-vous de la présence de Viande Suisse au salon Anuga?

La seconde participation au salon Anuga en commun avec les co-exposants DeliSwiss, Groupe Orior, Suttero – Ernst Sutter AG et pour la première fois aussi Michel Ebener SA, souligne l'engagement accru de la filière dans le domaine de la conquête de marchés d'exportation. Le salon offre une plate-forme exceptionnelle pour l'établissement et l'approfondissement de contacts avec les principaux décideurs nationaux et internationaux du commerce. Proviande aide les entreprises de viande suisses à ce niveau-là et suscite, avec l'entrée en scène communautaire et son engagement en tant que sponsor à l'événement sectoriel «Anuga Meat Essential», une plus grande attention vis-à-vis des spécialités carnées suisses. Dans le même temps, les producteurs se positionnent et se profilent auprès des acheteurs de viande internationaux et des journalistes spécialisés des pays frontaliers de la Suisse. La participation au salon s'accompagne en conséquence d'un travail médiatique et de relations publiques ciblé en Allemagne.

Parallèlement aux entrées en scène communautaires sur les salons professionnels importants, les plates-formes d'organisations partenaires suisses existantes sont reliées à nos activités et les synergies correspondantes sont mises à profit.

Toutes les activités sont complétées par des informations complémentaires très diverses autour de la viande suisse sur le site Web www.swiss-meat.com.

3. Dernièrement, le franc suisse a nettement augmenté par rapport à l'euro – qu'est-ce qui fait que vous êtes sûr de pouvoir exister sur les marchés situés hors de la Suisse?

Tout d'abord les spécialités carnées uniques et de grande qualité, avec lesquelles le commerce se positionne auprès des consommateurs et peut se distinguer des concurrents. Grâce à ces produits et aux attributs qui leur sont associés – grande qualité, tradition et plaisir –, nos entreprises exportatrices ont de réelles chances sur les marchés étrangers. De plus, nous pensons que le rapport franc suisse/euro va se stabiliser à moyen et long termes grâce aux mesures prises par la Banque nationale suisse.

4. Dioxine dans les œufs et la viande, crise EHEC et scandale de la viande collée: le secteur agroalimentaire a fait quelques unes peu glorieuses ces derniers mois. Quelle est l'importance de la sécurité des denrées alimentaires pour la filière suisse de la viande?

La sécurité des denrées alimentaires est d'une importance centrale pour la filière suisse de la viande. En Suisse, plusieurs acteurs sont responsables de l'exécution de la législation, à savoir l'Office fédéral de la santé publique OFSP, l'Office vétérinaire fédéral OVF, l'Office fédéral de l'agriculture OFAG ainsi que les chimistes cantonaux et les vétérinaires cantonaux. La collaboration des autorités fonctionne et garantit des denrées alimentaires suisses sûres.

Les expériences passées montrent qu'outre la sécurité des denrées alimentaires, une communication crédible et digne de confiance est impérative pour surmonter des crises ou des scandales (p. ex. grippe aviaire, dioxine) et en limiter les répercussions. Aujourd'hui également, il s'agit de relever ces défis. La durabilité et la protection du climat sont seulement deux des thèmes qui concernent la filière viande et au sujet desquels les consommatrices et consommateurs exigent des réponses. Pour de telles tâches, il faut un service d'information et de renseignement neutre, qui, en Suisse, est dirigé d'une manière centralisée par Proviande. Grâce au large soutien dont elle bénéficie au sein de la filière viande, Proviande parvient à intervenir comme porte-parole de l'ensemble de la filière en mettant au premier plan non pas les intérêts individuels, mais l'intérêt général. La comparaison avec des pays qui n'ont pas d'interprofession ni d'organisation de promotion des ventes qui fonctionne, montre qu'avec le modèle suisse «Proviande», les tâches qui se présentent peuvent être accomplies d'une manière efficiente et ciblée.

5. Pensez-vous que le consommateur sera prêt à dépenser plus pour des denrées alimentaires de grande qualité?

Oui, nous en sommes convaincus. Les spécialités carnées suisses sont synonymes d'exclusivité qui a du goût. Mais tous les consommateurs ne peuvent et ne veulent pas se les offrir. C'est pourquoi nous considérons comme capital d'appliquer nos mesures d'une manière ciblée et de nous adresser au consommateur qui achète des denrées alimentaires de grande qualité. Et bien entendu, il nous reste encore un certain travail de conviction à accomplir dans le commerce pour obtenir un référencement de spécialités carnées suisses.

29.09.2011 / Marcel Portmann, Daniela Haller