



STRATÉGIE 2021-2024

RECOMMANDATIONS DU COMITÉ

Conthey, le 26 mai 2020

1. **Stratégie**

Vision :

Le Raclette du Valais AOP est perçu comme « L'ORIGINAL » sur le marché national et international.

Mission :

- *L'Interprofession Raclette du Valais AOP est donneuse d'impulsion, messagère, intermédiaire et prestataire de services.*
- *En tant qu'interprofession forte, nous défendons les intérêts de nos membres et créons à leur intention les conditions-cadres nécessaires au succès économique, qu'il s'agisse des producteurs de lait, des vendeurs directs ou des affineurs.*
- *Nous voulons...*
 - *...la qualité de A à Z.*
 - *...que notre fromage soit perçu comme « L'original » sur le marché national et international.*
 - *...nous présenter sur le marché national et international avec un graphisme uniforme.*
 - *...positionner le Raclette du Valais AOP sur le marché avec une importante création de valeur.*
 - *...une production et un affinage durables des fromages en étant très conscients de nos responsabilités envers les animaux et l'environnement.*

2. **Marché**

Marchés cibles (par ordre de priorité) :

- Suisse : détaillants, marchands de fromage, boutiques en ligne.
- Valais : détaillants, marchands de fromage, vente directe, HORECA.
- Europe : magasins spécialisés haut de gamme en Allemagne, au Benelux et en France.

Public cible (Suisse) :

- Personnes gérant un ménage, entre 25 et 55 ans.
- Taille du ménage : 2-4 personnes et plus.
- Rendre les jeunes consommateurs attentifs au Raclette du Valais AOP et leur donner envie.
- Familles « mûres » et « établies » avec enfants jusqu'à 17 ans.

3. **Marketing**

La promotion des ventes doit donc se concentrer avant tout sur les principaux points suivants avec un marketing ciblé (notamment guérilla marketing) :

Réseaux sociaux	Promouvoir la vente de Raclette du Valais AOP et des autres spécialités valaisannes au moyen d'histoires suscitant des émotions autour du Valais. Communication rapide des nouvelles.
Publicité classique	Augmenter la notoriété, l'authenticité, les informations sur « L'original ».
RP, stand aux foires, manifestations	Faire vivre une expérience, éveiller l'intérêt des consommateurs, pour transformer la consommation de Raclette du Valais AOP en expérience et en plaisir.
Activités au POS	Créer des contacts clients, déclencher des actes d'achat, influencer.

	Intégration des besoins du commerce de détail concernant la communication et les activités.
HORECA (Valais)	Intégration du Raclette du Valais AOP et des spécialités fromagères valaisannes dans les menus des restaurants et les buffets de petit-déjeuner.

4. Collaboration avec d'autres organisations

Pour ce qui est des projets intersectoriels ou spécifiques à un produit, le but est de poursuivre et de renforcer les collaborations existantes avec Valais Wallis Promotion, les branches agricoles valaisannes, Switzerland Cheese Marketing AG et l'Association suisse des AOP-IGP dans le cadre des capacités financières de l'IPR afin d'exploiter au mieux les effets de synergie, ainsi que les canaux de communication et les réseaux existants. Ces coopérations doivent aussi permettre à l'IPR de faire entendre et de défendre ses intérêts de manière ciblée et durable au sein des organisations mentionnées.

5. Quantité

On s'attend, d'ici 2024, à une augmentation de la production de Raclette du Valais AOP d'environ 200 tonnes (+10 %) par rapport à 2019, soit de 1928 tonnes à environ 2130 tonnes, et ce, pour autant que la tendance à consommer du fromage à raclette se maintienne et que la demande correspondante puisse être générée sur le marché.

Par une bonne gestion des quantités et par la création de marchés supplémentaires, on vise aussi à réduire les restrictions de production et à commercialiser en tant que Raclette du Valais AOP une partie du lait de non-ensilage qui, pour l'instant, est chauffé (thermisé, pasteurisé) avant sa transformation.

Adaptation des statuts et règlements afin de pouvoir prendre des décisions rapides et mettre en œuvre des mesures dans une situation extraordinaire ordonnée par le Conseil fédéral ou le Conseil d'Etat valaisan

6. Primes de qualité

Le versement des primes de qualité (Canton du Valais et IPR) est un instrument décisif pour le maintien et la promotion d'une très bonne qualité de fromage. Cet instrument doit absolument être conservé. En 2022, il faudra négocier avec le Service de l'agriculture une prolongation du contrat existant (2019-2022) pour quatre années supplémentaires.

7. Promotion de la qualité / conseil

En 2024, toutes les fromageries certifiées AOP sont certifiées d'après le système de management et d'assurance de la qualité de Fromarte « MQ-Fromarte ».

Les fromageries d'alpage doivent appliquer le Guide des bonnes pratiques de la SSEA pour que l'assurance qualité soit réalisée sur la base d'un système reconnu dans ces exploitations.

8. Moyens financiers

Introduction d'une nouvelle redevance de 15 ct./kg de fromage AOP à partir du 1^{er} janvier 2021 pour assurer durablement la survie et le fonctionnement d'une organisation forte, renforcer l'IPR dans sa position d'interprofession importante et assurer sa continuité.

9. Économies

Il faut poursuivre une gestion rigoureuse des coûts pour faire des économies en continu. L'introduction de la numérisation entraînera une réduction des coûts et les montants libérés seront utilisés dans les ressources de personnel pour le marketing. L'examen des effets de synergie avec les autres interprofessions agricole doit être poursuivi.

10. Ressources humaines

Pour pouvoir dans une certaine mesure répondre à tous les défis du marché et attentes des membres, l'IPR devrait augmenter son pourcentage de poste à 150 % au moins.