

MARKETING DE BASE POUR LE FROMAGE DU VALAIS

**RAPPORT SUR LES ACTIVITES DE
COMMUNICATION
2003 -2006**



RAPPORT SUR LES ACTIVITES DE COMMUNICATION

2003 -2006

1. Introduction

Pour la première fois en 2002, sur la base des art. 56 à 64 de la Loi valaisanne sur l'Agriculture, des redevances destinées à la promotion des ventes du fromage du Valais ont été prélevées auprès des producteurs et commerçants de fromage du Valais. Au printemps 2003, la base financière permettant la mise en œuvre de mesures promotionnelles en faveur du fromage du Valais étant constituée, la nouvelle campagne promotionnelle a pu être lancée par le biais d'un événement important, à Berne. L'image publicitaire a suscité un écho très positif auprès des médias et des consommateurs dans toute la Suisse. Depuis son lancement, la campagne a contribué à promouvoir l'image du fromage « Raclette du Valais »

2. Bases légales

Selon l'art. 63 de la loi cantonale sur l'agriculture, ces redevances sont versées intégralement à la Chambre valaisanne d'agriculture (ci-après CVA), qui les utilise pour l'information, la promotion des ventes et la mise en valeur des produits.

Les détails concernant la promotion des ventes de produits de l'agriculture valaisanne en général ont été réglés au moyen d'une convention entre le canton du Valais et la CVA.

La CVA peut, avec l'accord du canton, déléguer des tâches liées à la promotion des ventes à d'autres organisations.

La CVA a confié, par le biais d'une convention, l'exécution des décisions de la commission marketing responsable, concernant la publicité de base pour le fromage du Valais, à ALPGOLD, coopérative de producteurs de fromage du Valais.

3. Règlements – Directives

Afin que la commission marketing pour le fromage du Valais dispose d'une base de décision pour l'utilisation des moyens mis à disposition, différents règlements et directives ont été élaborés en 2002 et adoptés par le comité de la CVA. Ce sont les documents suivants:

- Règlement concernant la commission marketing;
- Règlement pour le fonds marketing „Fromage du Valais“ ;
- Directives pour l'utilisation du fonds de marketing « fromage du Valais »;
- Directives pour le soutien d'activités régionales par le fonds de marketing „Fromage du Valais“.

4. Buts du marketing de base pour le fromage du Valais

Selon l'art. 2 du règlement relatif au fonds de marketing, les buts principaux définis pour la promotion commune du fromage du Valais sont les suivants :

- Communication de base en Suisse et à l'étranger, avec neutralité des marques;
- Positionnement et protection d'origine du „Raclette du Valais“;
- Promouvoir la commercialisation.



5. Commission Marketing

La commission marketing pour le fromage du Valais est responsable de l'utilisation des redevances publicitaires, de la stratégie de marketing, de la détermination du budget, de l'acceptation des comptes annuels et du traitement de demandes régionales. Les membres de la commission sont nommés par le comité de la CVA, sur proposition du secteur laitier, pour une période de 4 ans et ils sont rééligibles.

Actuellement, la commission se compose des membres suivants:

- Felley Pierre-Yves, président de la commission, Châteauneuf;
- Müller Roland, vice-président, Geschinen;
- Bellwald Louis, Champsec;
- Hischer Hubert, Unterems;
- Michellod Martin, Verbier;
- Mudry Charles-André, Lens ;
- Sottas Jean-Louis, Sierre ;
- Walker Alexander, Bitsch.

Les personnes suivantes ont également participé aux séances de la commission:

- Roduit Christine, représentante du Service de l'Agriculture, Sion;
- Fontannaz Blaise, secrétaire de la commission;
- Guntern Urs, Chef de projet Marketing de base pour le fromage du Valais.

Agence de communication:

- Visucom SA, Brigue

6. Concept de marketing

Pour la majorité de la population suisse, le terme « Raclette » est associé au Valais. Cette spécialité fromagère, est fabriquée selon la tradition ancestrale, à base de lait cru, dans les fromageries d'alpage, de village, ou les fromageries régionales.

Le fromage du Valais a un goût caractéristique, authentique et original, qui offre toute une richesse de nuances. Afin de mieux communiquer ce message d'authenticité et d'originalité aux consommatrices et consommateurs de Suisse, la commission marketing pour le fromage du Valais, en collaboration avec l'agence de communication Visucom, a élaboré une campagne de communication qui sort de l'ordinaire ; fraîche, avec du pep, un brin d'humour et un soupçon de provocation. Pour autant, les objectifs de communication, soit : la transmission de valeurs traditionnelles, comme les racines régionales ; le lien à la nature ; l'authenticité, n'ont pas été perdus de vue.

La campagne s'appuie sur six sujets différents, qui forment une unité. La communication se décline sur différents supports:

- Affichage;
- Annonces;
- Brochure d'information;
- Booklets;
- Moyens publicitaires généraux ;
- Site Internet;
- Événements Raclette.



Site Internet : www.raclette-du-valais.ch

Le fromage valaisan, c'est lui!



Raclette valaisan
Le meilleur avec un verre de vin blanc.
Le Raclette, un parmi les cinq sortes de fromages valaisans.

La campagne pub: Unique



Toujours une saveur d'avance
question authenticité.
Le Raclette, authentiquement valaisan!

Qu'évoque pour vous le Valais? Le Cervin, le Fendant et la raclette? Ce ne sont pas là de simples clichés. Tout comme le Cervin, la raclette valaisanne, née du pur lait cru des vaches du pays, atteint des sommets.

suite

- humour?
- recettes
- cheese!
- jeux!

7. Activités 2003

La campagne a été lancée dans la capitale fédérale, en présence du Conseiller Fédéral Pascal Couchepin et de tous les parlementaires fédéraux du canton du Valais, sous le slogan „L'ORIGINAL VIENT A BERNE“. Cet événement, tout comme la nouvelle campagne publicitaire, ont suscité l'intérêt des médias et obtenu une critique positive dans l'ensemble de la Suisse.



En parallèle au lancement de la nouvelle communication de base, d'autres activités publicitaires ont été déployées :

a) national

- Campagne d'affichage (env. 400 affiches) ;
- Distribution de 1 million de sets de tables dans le secteur de la restauration;
- Publicité en introduction de l'émission „Le Mayen 1903“ à la Télévision Suisse romande;
- Publireportages.

b) cantonal

- Campagne d'affichage et d'annonces;
- Événement Raclette pour les membres du Grand Conseil
- Concours de dégustation „Chaudron d'or“ à la Foire du Valais ;
- Soutien de 4 projets promotionnels régionaux;
- Chapitre „Raclette“ de la confrérie „Ordre de la Channe“ ;



Dans le cadre de la promotion des ventes, les efforts de l'économie laitière valaisanne pour l'enregistrement du terme « Raclette », respectivement, « Raclette du Valais » en tant qu'appellation d'origine contrôlée sont soutenus en priorité. Une partie des redevances publicitaires sont attribuées au financement de la procédure « Raclette AOC », ce dans l'intérêt général des producteurs de fromage du Valais et du commerce.

8. Activités 2004

En 2004 les activités de publicité et de promotion des ventes suivantes ont été déployées:

a) national / international

- Participation à la „Grüne Woche“ à Berlin (Janvier 2004);
- Des promotions ont été mises sur pied durant l'été 2004, en partenariat avec Valais Tourisme, dans différents points de vente COOP en Suisse sous le titre de « Le Valais se présente »;
- Campagne d'affichage (env. 400 affiches) ;
- Publireportages ;



Projet „Le Valais se présente“ avec l'hôte d'honneur, ancien champion olympique et champion du monde Pirmin Zurbriggen

b) cantonal

- Campagne d'affichage- et d'annonces,
- Soutien de 3 projets régionaux de promotion ;
- Concours de dégustation de fromage d'alpage „Chaudron d'or“ à la Foire du Valais;
- Chapitre „Raclette“ de la confrérie de l' „Ordre de la Channe“ ;
- Soutien à la procédure « Raclette AOC ».

Le point culminant des activités de communication a été sans nul doute la récompense obtenue pour le set de table le plus beau et le mieux réussi au niveau suisse, en 2004. Parmi plus de 200 projets concurrents, le jury indépendant a choisi d'attribuer cette récompense très prisée dans la branche publicitaire au set de table du marketing de base pour le Fromage du Valais.



9. Activités 2005

La campagne lancée en 2003 pour la promotion du fromage du Valais s'est poursuivie en 2005 avec les activités suivantes:

a) national / international

- Présence à l'exposition agricole internationale à Paris, avec le canton du Valais;
- Présence à la BEA 2005 dans le cadre de la participation du Canton du Valais comme hôte d'honneur ;
- Stand promotionnel au salon „Goût et Terroirs“ à Bulle;
- Promotion de la raclette lors des compétitions internationales de ski nordique „Coop City Sprints“ à Lucerne et Olten (novembre / décembre 2005);
- Distribution de 1 million de sets de table dans le secteur de la restauration;
- Campagne d'affichage (400 affiches);
- Publireportages.



La championne de ski de fond Laurence Rochat savoure la raclette du Valais lors de la Coop City Sprint à Lucerne

c) cantonal

- Campagne d'affichage et d'annonces;
- Soutien de 4 projets de promotion régionaux;
- Concours de dégustation de fromage d'alpage „Chaudron d'or“ à la Foire du Valais;
- Chapitre „Raclette“ de la Confrérie „Ordre de la Channe“ ;
- Soutien à la procédure pour le « Raclette AOC ».

10. Programme promotionnel 2006

Pour l'année 2006, la commission marketing a prévu le programme suivant, dont une grande partie a déjà été réalisée.

a) national / international

- Promotion du Raclette lors des compétitions internationales de ski nordique „Coop City Sprints“ à Sion et à Schaffhouse (janvier / février 2006);
- Promotion du Raclette lors des compétitions internationales de ski nordique „Coop City Sprints“ à Lucerne (novembre 2006) et à Olten (décembre 2006);
- Promotion du Raclette à la „House of Switzerland“ aux Jeux Olympiques d'hiver 2006 de Turin et Sestrières (février 2006);
- Campagne d'affichage (environ 400 affiches) ;
- Distribution d'environ 1 million de sets de table dans le secteur de la restauration, au niveau national;
- Publireportages.



Le Champion du monde et vice champion olympique Stéphane Lambiel s'est laissé surprendre à Turin par une authentique raclette du Valais.

L'équipe féminine de curling célèbre sa médaille d'argent olympique en dégustant une délicieuse raclette du Valais à Sestrières.



b) cantonal

- Campagne d'affichage et d'annonces;
- Distribution de brochures d'information à plus de 70'000 ménages (février 2006) ;
- Promotion du Raclette à la finale cantonale des combats de reines à Aproz ;
- Soutien de 5 projets de promotion régionaux;
- Chapitre „Raclette“ de la confrérie „Ordre de la Channe“ ;
- Soutien à la procédure « Raclette AOC ».

11. Conclusion

Comme le prouve le dossier de presse bien étoffé, la campagne de communication pour le fromage du Valais, avec sa fraîcheur et son humour, continue de susciter l'attention des médias dans tout le pays.

La communication a aussi contribué de façon significative à ce que beaucoup de consommateurs soient désormais mieux informés sur les différences essentielles qui existent entre le Raclette du Valais et d'autres fromages à racler. L'image du fromage valaisan a pu être notablement améliorée. Les démarches de la Fédération Laitière Valaisanne en faveur de l'enregistrement d'une appellation d'origine contrôlée pour le Raclette n'ont pas seulement suscité de grandes discussions, elles ont aussi eu un énorme effet publicitaire pour les spécialités fromagères valaisannes, que la branche n'aurait jamais pu financer avec les moyens dont elle dispose.



Dans le contexte de la libéralisation progressive du marché fromager et des fortes pressions concurrentielles, le marketing de base pour le fromage du Valais est devenu un instrument de promotion des ventes très puissant. La campagne actuelle se poursuivra encore durant 2 à 3 ans et finalement, selon l'issue de la procédure „Raclette“ auprès du Tribunal Fédéral, elle sera légèrement adaptée aux besoins du marché.

Pour la commission marketing „Fromage du Valais“

Pierre-Yves Felley
Président

Urs Guntern
Chef de projet

Sierre, septembre 2006