

Les ministres de l'Agriculture des Quinze ont approuvé la réforme de la politique agricole commune.

La plupart des mesures adoptées entreront en vigueur au 1er janvier 2005.

L'idée est de découpler les montants des aides directes de la production.

Les versements du «paiement unique à l'exploitation» sont conditionnés au respect de certaines règles: engagement des

Valeur ajoutée

exploitants à respecter des standards européens en matière d'environnement, sécurité alimentaire, santé et bien-être des animaux, ainsi que le maintien en bon état de culture de la terre. L'apport de l'agriculture ne se résume en effet pas uniquement à son chiffre d'affaires, mais il doit également prendre en compte les prestations d'intérêt public, les fonctions non marchandes de celle-ci et la valeur ajoutée indirecte de l'agriculture. Une partie de la population obtient son salaire — ou une partie de celui-ci — grâce à l'ensemble de la valeur ajoutée induite par l'agriculture. Ce revenu est dépensé dans la région (restaurants, commerces de détail, vente directe, etc.) et conduit à son tour à un chiffre d'affaires supplémentaire induit par l'agriculture.

Blaise Fontannaz

L'affiche dans l'affiche

Mandatée par la Commission de marketing Fromage du Valais, une agence de communication propose une campagne inédite et originale.



L'une des six affiches placardées à travers la Suisse.

visucom

Nul doute, la campagne de promotion du Raclette offre le mérite de sortir des sentiers battus. Empreinte d'humour, un brin provocatrice, cette dernière allie les valeurs traditionnelles liées au fromage du Valais, sans tomber dans une avalanche de clichés

poussiéreux. Au-delà de la manifestation de Berne sur la place Fédérale (voir Teval du 30 juin), la communication passe, aujourd'hui, par le lancement d'une grande campagne d'affichage.

✓ Cette édition est distribuée à tous les ménages de: Nax, Vernamiège, Mase, Saint-Martin, Evolène, Les Haudères, Arolla, Vex, Euseigne, La Sage, Hérémenche, Mâche, Les Collons, Thyon

18-18-20

✓ CHASSELAS
RÉFLEXION

4-5

✓ NOUVELLE RUBRIQUE
ECHO
DE LA PRESSE

21

PUBLICITÉ



Route de la Gare 8
1926 Fully
tél. 027 746 14 03

Professionnels et particuliers
chez nous, vous trouverez
TOUT POUR L'AGRICULTURE ET LE JARDINAGE
à des prix sans concurrence!

Le Raclette, au lait cru, envahit la Suisse

Producteurs et commerçants du fromage du Valais se paient une campagne de communication efficace pour vanter les qualités de leur produit au lait cru.

Nous sommes ravis de l'intérêt apporté à la campagne de promotion du fromage du Valais.», Guy Bianco, directeur de la Chambre valaisanne d'agriculture du Valais et président de la Commission marketing du fromage valaisan, ne dissimule pas sa satisfaction face au succès remporté par les premières opérations de communication sur le Raclette du Valais. Ainsi, après l'enthousiasme de cette gigantesque raclette servie sur la place du Palais fédéral, la dynamique de l'affichage, débutée ces jours derniers en Romandie, promet de beaux jours pour l'authentique fromage au lait cru.

«Avant de recueillir l'avis du public, nous avons eu la chance d'être appréciés par la Société suisse d'affichage.» Cette dernière, en effet, séduite par les six sujets proposés par l'agence Visucom (voir page 15) a, d'emblée, offert une série de panneaux gratuits.

Agir efficacement

«Le choix de l'agence de communication, poursuit le directeur, s'est fait sur concours.» Quatre agences ont proposé leur option de communication. «Nous avons opté pour Visucom, car elle traduisait mieux que quiconque notre volonté de faire passer le message. Et puis, cette idée de l'affiche dans l'affiche nous a paru très innovante.»

Quant au financement de cette campagne, il marque, lui aussi, un côté nouveau. Les producteurs, en effet, ont puisé dans leur portemonnaie pour promouvoir leur richesse fromagère.

«L'argent provient des redevances agricoles.» Depuis deux ans, comme c'est déjà le cas depuis de nombreuses années pour les fruits et légumes et le vin, les producteurs et le commerce de fromage, versent une contribution destinée à la promotion.

«Au sein de la commission, nous avons réfléchi comment agir efficacement. Il nous a paru évident que nous avions des produits de grande qualité, et que nous devions les faire connaître.»



Adonis, miss Raclette, charme les touristes



Guy Bianco, président de la commission marketing. le nouvelliste

Le paysan et la reine

Une option qui paraît logique, mais constitue pourtant une véritable révolution au sein de la production. «L'art de communiquer n'a sans doute pas encore atteint chez les agriculteurs celui de produire.»

Dès lors, tout en acceptant de jouer le jeu dicté par les professionnels de la communication, les producteurs sont sortis avec un grand sourire de leurs écuries. Mieux que cela, conscients de

l'importance de leurs vaches, nous pourrions dire de leurs reines, les éleveurs ont astreint les belles laitières à l'exercice des photographies.

Ainsi, du côté humain, une série de paysans s'engagent dans l'animation proposée par l'agence Visucom sur un site des plus dynamiques (voir encadré). Actuellement, c'est André Imfeld, paysan bio d'Ulrichen, qui traduit son attachement au fromage valaisan. Côté vaches, le choix est

grand de Marina à Gachette, en passant par Adonis, décriée miss Raclette et reproduite sur les affiches, le Valais du Haut comme du Bas se décline en diversité, authenticité et tradition.

Une promotion globale

Une belle ébauche de promotion globale d'un canton teinté d'individualisme qui encourage Guy Bianco dans sa volonté de vanter les richesses du Vieux Pays dans sa

dimension collective. «La réflexion qui a conduit à la mise sur le marché de plusieurs produits agricoles AOC ou IGP a mis en évidence la nécessité de favoriser une promotion globale de ces produits. Nous voulons, à travers la Chambre, créer une cohésion entre les différents signes de reconnaissance en utilisant l'image positive et porteuse d'un nom de produit agricole — Raclette, Abricotine, Pain de seigle, etc. — et en l'associant à celui d'un canton.»

Ariane Manfrino

Sur la toile

Au-delà de l'affichage, la campagne de promotion en faveur du fromage valaisan s'appuie sur différents modes de communication.

«Nous avons prévu, précise Guy Bianco, des annonces dans les médias.» Annonces qui reproduisent la fameuse affiche placardée à travers le pays, avec en prime un petit texte explicatif. «Une brochure richement illustrée est également diffusée. Elle permet de mettre en avant le Raclette lié aux différentes formes fromagères qu'il revêt.

Alors que sur la toile, à l'adresse de <http://www.raclette-du-valais.ch>, l'agence Visucom fait exploser, littéralement, le produit.

Page après page, se succèdent en effet un nombre important d'informations sur le produit, la campagne de pub, les agriculteurs et les reines.

Un coin recettes a été prévu. Nous trouvons même des jeux amusants, allant du memory fromage, à l'emploi de la fourche ou à la course de souris.

Super!

AM



André Imfeld consacré paysan du mois sur le Web.

visucom

Petits pains aux noix

- 200 g de farine
- 1 petit sachet de safran
- 1cs de poudre à lever
- 1/4 cc de sel
- Poivre noir fraîchement moulu
- 80 g de fromage d'alpage valaisan râpé
- 100g de saucisse aux noix hachée ou 50g de saucisse de porc et 50g de cerneaux de noix hachés
- 1 bouquet de persil finement haché
- 1 œuf battu pour badigeonner

1. Mélanger tous les ingrédients, poivre inclus, dans un bol
2. Ajouter le fromage, la saucisse, les cerneaux de noix et le persil
3. Battre l'œuf avec le lait. Incorporer au mélange de farine et façonner en boule.
4. Former des boulettes de la taille d'un abricot. Déposer sur une plaque chemisée de papier de cuisson. Badigeonner à l'œuf et cuire durant 20 minutes environ sur l'avant-dernière glissière du four préchauffé à 210 degrés C. Sortir du four et servir chaud.

Le Raclette sans parti... pris

Associé dans une même démarche, celle de la qualité, les parlementaires ont soutenu l'AOC Raclette.

Foin de discours, foin de paroles, et place à la gourmandise. Gourmandise des parlementaires qui, sur la place Fédérale, ont témoigné de leur enthousiasme épicurien. Le Raclette a séduit jusqu'aux policiers qui ont transformé un container en table de fête. Quant aux personnalités politiques, transformées en racleurs pour les Valaisans, en convives pour les autres, elles n'ont de loin pas boudé la manifestation. Reflets de quelques bons moments, croqués par l'agence Visucom. Nous ne résistons pas au plaisir de les publier.

AM



Pour le président Stählin, tête de file du PDC suisse, la raclette, il n'y a que ça de vrai!
(visucom)

On savait Josefz Zyziadis épicurien, il l'a prouvé à Berne.
(Visucom)



Deux Valaisans racleurs pour Liliane Maury Pasquier, socialiste.
(visucom)

Christiane Langenberger, présidente du Parti radical, avoue un penchant pour le Raclette au lait cru.
(visucom)



Sur une table de fortune, la police se régale aussi.
(visucom)



Un travail de professionnel

Après son succès avec les Caves Orsat, l'agence Visucom propose une campagne d'affiche originale.

«Avec l'affiche dans l'affiche, nous avons voulu innover en matière de communication», explique Erich Heynen, propriétaire avec Lynch Frank, un Irlandais de Dublin, de l'agence Visucom à Brigue.

Il est vrai que la trouvaille en matière de communication proposée par les deux hommes est excellente. Elle s'insère, en plus, dans la continuité du succès remporté à Berne par une journée hors du commun, digne d'être inscrite dans le *Guinness Book*, et où les habitants de la ville, les touristes et une belle brochette de personnalités politiques se sont adonnées, en toute simplicité, aux joies de la raclette.

Facile à identifier

Aujourd'hui, après les relents de la fête, l'heure est venue d'envahir la Suisse avec une campagne exceptionnelle d'affichage. Et quelle campagne! L'affiche qui couvre les murs de la Romandie, aujourd'hui déjà, et gagnera le reste du pays en septembre, a réellement de la gueule. Accrocheuse, cette dernière insère une affichette d'information dont le message se révèle d'une grande visibilité. «Nous voulions, absolument, être clairs et être compris par tout le monde. Pour ce faire, nous avons créé une ligne forte, avec six sujets (voir encadré) qui renvoient aux valeurs et conceptions fondamentales sans passer par des clichés poussiéreux. En principe, cette campagne est prévue pour durer 3 à 4 ans. Je suis certain, précise Erich Heynen, qu'avec ce message, il sera facile d'identifier le Valais et son fromage au lait cru, artisanal et authentique.»

Autre avantage de ce véritable travail de professionnel, les affiches seront placardées en deux langues. «Quand on travaille dans un



Après des études et une expérience professionnelle à Bâle, Zurich et Zoug, Erich Heynen est revenu en Valais.

visucom

canton bilingue, il est indispensable de pouvoir traduire aisément les messages. Là, nous avons trouvé un chemin de compréhension dans les deux langues.»

A vos souris!

Précisons encore que l'agence Visucom — qui est également derrière la communication des

Caves Orsat — propose aussi, en dehors des affiches, d'autres supports intéressants. C'est ainsi que le consommateur sera sollicité à travers des annonces dans les journaux, des brochures diverses, des autocollants, des sets de table, etc. Alors qu'un site extrêmement riche et divertissant, à l'adresse <http://www.raclette-du-valais.ch> séduira petits et grands surfeurs. A vos souris donc!

Ariane Manfrino

