

07.06.2002 – 13:02 Uhr

AMS Agro-Marketing Suisse: Les consommateurs préfèrent les produits suisses

Berne (ots) -

Les denrées alimentaires suisses sont toujours plus appréciées des consommateurs qui, avec les labels d'origine, disposent de précieuses informations au moment de l'achat. Tels sont les principaux résultats d'une enquête effectuée à la demande d'Agro-Marketing Suisse (AMS) auprès d'un échantillon représentatif de consommatrices et consommateurs helvétiques. Deux tiers environ des personnes interrogées sont attentives aux labels en faisant leurs courses. Pour 75 pour cent d'entre elles, l'origine suisse des produits est importante au moment du choix et 89 pour cent approuveraient l'apposition d'un label d'origine sur les produits agricoles suisses.

Emanation des principales organisations agricoles suisses, Agro-Marketing Suisse (AMS) a fait procéder, en mai dernier, à une enquête représentative par l'institut d'études de marché Démoscope, auprès de 1000 consommateurs suisses. Elle entendait mesurer l'importance de l'origine des produits alimentaires et déterminer quel degré d'attention le consommateur porte aux labels.

L'enquête a révélé que 70 pour cent des personnes interrogées souhaitent connaître l'origine des aliments qu'elles achètent. 75 pour cent accordent leur préférence à des produits d'origine suisse, surtout lorsqu'il s'agit d'aliments de base tels que la viande, les oeufs, le lait et la volaille.

Le consommateur reconnaît aux denrées alimentaires suisses un niveau qualitatif particulièrement élevé. La fraîcheur, le caractère naturel des produits, les prescriptions sévères en matière de production, la sécurité et la brièveté des transports sont les critères qualitatifs les plus souvent cités. Lorsqu'elles font leur courses, 75 pour cent des personnes interrogées optent souvent ou toujours pour des produits suisses. Et 66 pour cent d'entre elles font attention aux labels apposés sur les produits. Un label d'origine informant clairement sur la provenance suisse des produits est même plébiscité par 89 pour cent des consommateurs interrogés.

Dans toutes les régions du pays, indépendamment de leur nationalité, les consommateurs attachent une grande importance à l'origine des denrées alimentaires, préfèrent les produits suisses et tiennent compte des labels. On note toutefois des pourcentages plus élevés en Suisse allemande qu'en Suisse romande.

L'association Agro-Marketing Suisse (AMS) est née en 1997 de la volonté commune des principales organisations agricoles du pays d'exploiter les synergies existantes dans le domaine de la communication. Ses quelque 40 membres mettent collectivement en oeuvre une multitude de mesures dans les domaines de la publicité générique, des relations publiques, de la promotion des ventes et des études de marché. AMS parvient à optimiser, en les regroupant, le rapport coût / utilité des mesures de marketing et à coordonner la présence de l'agriculture suisse sur le marché, y assurant ainsi une position forte aux produits agricoles indigènes.

Contact:

Barbara Paulsen Gysin
Responsable des relations publiques
Tél. +41/31/359'57'51
mailto: barbara.paulsen@swissmilk.ch

AMS Agro-Marketing Suisse
Brunnmattstrasse 21
3007 Berne
Internet: <http://www.agromarketingsuisse.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003501/100017623> abgerufen werden.