

CONCEPT DE COMMERCIALISATION FRUITS À PÉPINS BIO

2016/2017

Introduction

Le concept de commercialisation présente les principes et les informations essentielles afin d'assurer le bon déroulement des ventes sur le marché des fruits à pépins bio pour la campagne 2016/2017. Il a été adopté par les partenaires du marché lors de la séance du centre de produits fruits à pépins bio qui s'est tenue le 10.11.2016.

1. Objectifs

Les objectifs primordiaux résident dans un approvisionnement optimal du marché et une politique de prix qui soit équitable et de nature à couvrir l'ensemble des coûts pour tous les opérateurs – selon le modèle Bourgeon d'atteindre et de maintenir l'équilibre entre l'homme, l'animal et la nature. Les fruits à pépins bio sont positionnés dans le segment premium. Pour garantir le développement du marché, il convient d'accroître les quantités vendues tout en prenant en considération une structure de variétés adaptée à la demande. Les producteurs, les gérants de stocks et le commerce de détail agissent de manière concertée en vue de parvenir à l'augmentation quantitative souhaitée. Une vision et une planification à long terme de la production de fruits à pépins bio doivent s'accompagner d'une vision et d'une planification identiques dans le domaine de la commercialisation.

2. Approvisionnement du marché selon la demande

Variétés

Les pommes de table bio sont proposées dans un large éventail de variétés, aussi intéressant que diversifié. Afin de faciliter le choix parmi la multiplicité des variétés, le consommateur peut s'appuyer sur un concept fondé sur des groupes de saveur dont chacun est doté d'un code de couleur aisément identifiable. Cette méthode a apporté la preuve de son efficacité depuis de nombreuses années. Les producteurs des fruits à pépin Bourgeon déterminent les variétés qu'ils cultiveront à l'avenir en fonction des désirs exprimés par les consommateurs. Pour sa part, il incombe au partenaire de distribution d'assurer sur le point de vente la communication relative aux conditions particulières de production des fruits bio.

Segmentation du marché

La clientèle cible pour les pommes de table Bourgeon est représentée par le segment hétérogène des consommateurs qui attachent une importance fondamentale à la qualité, disposent d'un pouvoir d'achat élevé et sont prêts à payer le prix correspondant pour un produit de haute valeur. Les fruits à pépins Bourgeon sont positionnés dans le segment Premium et s'adressent, en raison de leur prix et

leurs propriétés spécifiques, au segment de clientèle mentionné. La conquête de nouvelles parts de marché intervient en fonction d'un argumentaire qui repose sur la qualité plutôt que sur le prix. Le marketing-mix de Bio Suisse est conduite conformément à ce positionnement (L'équilibre entre l'homme, l'animal et la nature). Le Bourgeon garantit le respect des normes les plus strictes, de la production à la consommation.

Objectifs de stocks

La capacité d'absorption du marché est atteinte pour certaines variétés alors que d'autres présentent toujours un potentiel d'accroissement des ventes. Les expériences réalisées au cours des dernières années permettent de considérer l'ordre de grandeur des quantités commercialisées comme valeur indicative. Pour 2016/2017, ce chiffre s'élève à environ 3'850 tonnes pour l'ensemble du stock des pommes de table bio et à 850 tonnes pour les poires de table bio (voir tableau 1).

Régulation des quantités

Bio Suisse observe constamment l'évolution du marché. L'estimation réalisée avant la récolte par Bio Suisse est comparée au début août avec les objectifs souhaités et les prévisions des gérants des stocks. En cas de nécessité, des conférences téléphoniques sont organisées dès le mois de septembre avec les représentants des principales régions de culture et les gérants des stocks afin de suivre le déroulement de la récolte et comptabiliser les quantités effectivement récoltées (monitoring). Ces données fondamentales servent à adopter les mesures utiles pour éviter l'apparition d'un surplus éventuel qui s'écarterait de l'objectif souhaité. En plus, chaque année le FiBL publie des [recommandations de plantation pour les fruits à pépins bio](#) qui ont été élaborés par le groupe spécialisé fruits de Bio Suisse. Les expériences de marché, les perspectives de marché, une gamme complète ainsi que l'aptitude culturelle sous conditions bio (testé pratiquement par le FiBL) servent comme critères de décision.

Tableau 1 : Objectif de stocks 2016/2017

Pommes	Quantités (en tonnes) au 31 octobre							Evolution quantités
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Total	3'800	3'600	3'700	3'700	3'850	3'850	3'850	4'000
Stock effectif								
Au 31 octobre	2'864	3'946	3'018	4'131*	3'095	3'499	2'004	

*y compris le stock du novembre

Paires	Quantité (en tonnes) au 30 octobre							Evolution quantités
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Total	850	850	850	750	750	850	850	900
Stock effectif								
Au 31 octobre	268	992	522	575	806	286	432	

Fruits provenant d'entreprises en reconversion

Au cours des années à forte récolte (objectif de stock atteint ou dépassé), les fruits produits par les entreprises en reconversion ne sont commercialisés qu'en second lieu. Les fruits à pépins bio des entreprises Bourgeon confirmées sont prioritaires.

Succession des variétés de pommes et de poires bio

Une succession de variétés adaptée à la situation est décisive pour la vente. Elle seule permet d'obtenir les meilleurs résultats quantitatifs et qualitatifs lors de la commercialisation de l'ensemble de la récolte. Les partenaires du marché se concertent intensément à ce propos. En cas de besoin, le concept de commercialisation sera complété d'un tableau qui indique la succession des variétés.

3. Promotion des ventes

Observation des prescriptions de sélection de Bio Suisse au titre de norme de qualité

Par leur apparence, les fruits à pépins de table bio peuvent se distinguer de fruits conventionnels. En conséquence, ils suivent des prescriptions de sélection et des standards de qualité particuliers. Ces derniers ne compromettent ni la qualité intrinsèque ni l'hygiène. Tous les acteurs du marché sont appelés à collaborer avec le commerce et à respecter les prescriptions de sélection de Bio Suisse, reconnues par Swisscofel. Elles peuvent être consultées sur www.bioactualites.ch.

Communication fondamentale Bourgeon

Le département marketing de Bio Suisse met en œuvre la communication fondamentale pour la marque Bourgeon, quelle est un des labels bio le plus connus en Suisse. Le Bourgeon est considéré par les consommateurs comme un label bio digne de confiance en Suisse.

Promotion des ventes grâce aux contributions des producteurs

Les producteurs Bourgeon participent au financement des activités promotionnelles moyennant des contributions. Ces derniers sont utilisés pour des activités ciblées visant à soutenir la promotion des fruits à pépins Bourgeon. Les activités sont coordonnées à l'échelle nationale et harmonisées avec la planification de la campagne nationale de Bio Suisse. Des effets de synergie permettent d'accroître l'impact des différentes mesures.

Événements et manifestations pour la promotion des ventes

Des manifestations d'informations et de promotion des ventes organisées par le commerce de détail sont soutenues dans toute la mesure du possible par le marketing de Bio Suisse et les producteurs Bourgeon. L'occupation personnelle de stands de promotion et la mise à disposition de matériel publicitaire représentent des exemples de projets réalisables.

Mise à disposition d'information sur le marché

Le site web www.bioactualites.ch sert de plateforme pour les informations de marché : Hormis les prix indicatifs, le commentaire sur l'état du stock des fruits à pépins bio est publié chaque mois. Il est rédigé par Bio Suisse à partir des statistiques sur l'état des stocks relevés par Swisscofel.

4. Structure du prix 2012/2013

Les prix indicatifs aux producteurs sont déterminés sous l'égide du centre produits fruits à pépins bio sur mandat du groupe spécialisé fruits de Bio Suisse. Dans l'intérêt de tous les partenaires du marché, les prix seront maintenus aussi stables que possible selon le tableau reproduit ci-dessous. Comme les prix versés aux producteurs doivent permettre une production à la fois durable et innovante de fruits à pépins bio, il est indispensable qu'ils couvrent au minimum les coûts de production. Les désignations commerciales comme la structure des prix observent à toutes les étapes un principe d'équité.

Schéma de catégories de prix indicatifs aux producteurs¹

Pommes

Catégorie	Variétés	Fr./kg
1	Goldstar, Golden Delicious, Granny Smith, Idared, Renora, Rewena, Spartan	1.90
2	Ariane, Ariwa, Arlet, Boskoop, Braeburn, Cox Orange, Cripps Pink, Dalinette, Ecolette, Elstar, Fiesta, Florina, Fuji, Gala, Galant, Galiwa, Galmac, Glockenapfel/ <i>cloche</i> , Golden Orange, Goldrush, Gravensteiner, Jonagold, Juliet, Kanada Reinette, Kidds Orange, La Flamboyante, Ladina, Maigold, Milwa, Natyra, Opal, Otava, Pinova, Rajka, Retina, Resi, RubINETTE, Rubinola, Rustica, Santana, Scifresh, Topaz; toutes autres variétés	2.30

Poires

Catégorie	Variétés	Fr./kg
1	Hardy, Williams, Président Heron, Harrow Sweet, Guyot, Trévoux	2.10
2	Comice, Concorde, Conférence, Elliot, Gute Luise, Kaiser Alexander, Uta, Xenia/Novembra; toutes autres variétés	2.30

¹ En vrac, non trié, en paloxes ou en caisses, prix sur le champ.

Autres étapes de la commercialisation et adaptations temporelles

Pommes

Prix indicatifs bio Fr. /kg franco commerce en gros

Catégorie	Foodtainer/sac 1,5 kg	Posé avec étiquette Bourgeon
Jusqu'à la semaine calendaire 45		
1	3.55	3.65
2	3.95	4.05
À partir de la semaine calendaire 46		
1	3.75	3.85
2	4.15	4.25

Poires

Prix indicatifs bio Fr. /kg franco commerce en gros

Catégorie	Foodtainer/sac 1,5 kg	Posé avec étiquette Bourgeon
Jusqu'à la semaine calendaire 39		
1	3.75	3.85
2	3.95	4.05
À partir de la semaine calendaire 40		
1	3.95	4.05
2	4.15	4.25

Prix réduits pour les activités de promotion

Des actions pour les variétés bien disponibles sont les bienvenues. Les rabais d'action peuvent être négociés avec la production :

Pommes : Jusqu'à 20 centimes
 Poires : Aucun

ARO/10.11.2016