

STRATÉGIE QUALITÉ

Des valeurs communes

L'invité ...



Christian Guggisberg
Responsable Achats Food
chez Coop

Pour Coop, la Stratégie qualité présente trois avantages décisifs: elle rapproche les acteurs intervenant tout au long de la chaîne de création de valeur, elle favorise le dialogue et elle impose l'adoption de valeurs communes.

En 2012, Coop a donc signé la charte sur la Stratégie qualité de l'agriculture et de la filière alimentaire suisses, fondée sur les principes de la durabilité et de la qualité, des valeurs que Coop incarne depuis 20 ans: le groupe promeut les produits fabriqués en Suisse selon des méthodes durables et permet aux fabri-

cants de trouver des débouchés sur le marché national. Plusieurs initiatives en témoignent, comme le partenariat de longue date avec Bio Suisse, la collaboration avec les producteurs de viande et celle entre Coop Naturfarm et la Protection suisse des animaux, ou encore la commercialisation de produits de montagne sous la marque propre Pro Montagna.

Cet engagement profite aux deux parties: il donne aux agriculteurs suisses accès à un marché très intéressant, et permet à Coop de distribuer des produits régionaux, dont la qualité représente un argument de vente de plus en plus important. En 2013 par exemple, ses ventes de produits bio ont franchi la barre du milliard de francs.

Ouverture au dialogue

En Suisse, l'agriculture et la filière alimentaire sont plus proches et plus ouvertes au dialogue que dans les autres pays. En se concentrant sur les points forts de la Suisse (qualité, bien-être animal et traçabilité notamment), l'agriculture et le commerce de détail sont mieux à même de ré-

sister à la concurrence étrangère.

Prenons l'exemple des organismes génétiquement modifiés: les importateurs s'engagent à négocier exclusivement des aliments pour animaux sans OGM, les éleveurs s'engagent à les utiliser, et les consommateurs sont prêts à les acheter à un prix plus élevé.

C'est grâce à ce type d'engagements réciproques tout au long de la chaîne de création de valeur que Coop pourra continuer de garantir la qualité et le caractère durable des produits suisses et de soutenir des projets tels que «Danube Soja».

A l'avenir, la Stratégie qualité nous sera d'une aide décisive pour relever les défis qui nous attendent. A cet effet, ce n'est pas d'un renforcement de la législation dont nous avons besoin, mais plutôt de la multiplication des coopérations. Pour Coop, la mise en œuvre des valeurs communes est donc fondamentale. Le groupe-pilote Stratégie qualité s'est par exemple penché sur le thème des protéines dans les aliments pour animaux: après avoir démontré la néces-

sité d'adopter une approche commune pour résoudre les problèmes y afférents, il s'efforce à présent de trouver des solutions concrètes.

Un motif d'achat important

Si les clients prennent conscience de la valeur ajoutée d'un produit, ils seront prêts à mettre le prix pour en bénéficier. Cette valeur ajoutée concerne aussi bien la qualité du produit que les conditions dans lesquelles il a été fabriqué et son impact sur l'environnement. Elle représente un motif d'achat important, tout particulièrement dans le cas des produits suisses.

Avec ses partenaires, Coop met tout en œuvre pour sensibiliser encore davantage les clients à cet aspect. Elle estime que tous les acteurs de l'agriculture et de la filière alimentaire devraient unir leurs efforts pour que les atouts de la Suisse soient mieux mis en avant. La Stratégie qualité permet d'associer encore plus d'acteurs du commerce de détail, de la transformation et de la production à ce processus.

Sur le web ...

www.swisstavolata.ch

Faites découvrir vos plats!

Vous souhaitez faire découvrir vos spécialités culinaires à des convives suisses ou étrangers? Alors rendez-vous sur la nouvelle plate-forme swisstavolata.ch qui propose aux paysannes et aux femmes rurales de s'y inscrire en tant qu'hôtesse. L'idée est d'accueillir les invités chez soi, au jardin, à l'étable ou dans un pré. Les responsables régionales, membres de l'Union suisse des paysannes et des femmes rurales, choisiront avec les hôtesses les menus qui seront fabriqués avec des produits indigènes. Elles fonctionneront comme coordinatrices et soutiendront les hôtesses dans l'ensemble des régions de la Suisse.

Les avantages à s'inscrire vite

Swiss Tavolata permet aux hôtesses de générer un revenu accessoire adapté au marché. L'Office fédéral de l'agriculture prend en charge 50% de la cotisation annuelle de 350 francs des premières 50 hôtesses inscrites. De plus, les 40 premières hôtesses approuvées recevront 500 francs comme bonus de départ.

KA-SP

TRIBUNE DU LECTEUR

Epargner dans l'administration plutôt que chez les agriculteurs

Un lecteur répond aux demandes de coupes dans le budget agricole sous la forme d'une lettre ouverte au conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann.

vous trouverez votre bonheur. Rien qu'en y appliquant les mêmes barèmes que pour le calcul des UMOS (2800 respectivement 2600 heures de travail annuelles dès 2015), il y a de quoi réjouir les économistes.

De même, je pourrais imaginer des limites strictes pour de nouvelles charges admi-

Monsieur le conseiller fédéral