



Stefan Arnold, chef du Marketing de Swissmilk

3 février 2017

Weststrasse 10  
Case postale  
CH-3000 Berne 6

Téléphone 031 359 51 11  
Télécopie 031 359 58 51  
[psl@swissmilk.ch](mailto:psl@swissmilk.ch)  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

**swissmilk**

## **La valeur ajoutée du lait suisse**

**Créer un engouement pour le lait suisse chez le consommateur**

***Au cours des dernières semaines, le marketing générique de Swissmilk a fait l'objet de divers articles dans les médias. C'est avec plaisir que je donne quelques explications sur la manière dont nous allons, à l'avenir aussi, motiver les consommateurs à acheter du lait suisse et sur les questions stratégiques qui nous occupent.***

Une question se pose déjà avant que ne commence la publicité à proprement parler : pour qui faisons-nous du marketing, à qui devons-nous nous adresser ? Nos groupes cibles sont nombreux, mais clairement définis, car le lait et les produits laitiers constituent des aliments de base pour tous. Nous voulons atteindre l'ensemble de la population, en mettant cependant l'accent sur les familles, les enfants, les jeunes et les jeunes adultes, qui sont les consommateurs de l'avenir. Nous devons en particulier nous concentrer sur la population des villes, les atouts du lait devant y être davantage mis en avant qu'à la campagne. L'alimentation est un sujet récurrent de la vie de famille. Comme les habitudes alimentaires sont façonnées durant les plus jeunes années, il est essentiel que le lait accompagne les enfants durant leur croissance et jusqu'à l'âge adulte pour qu'ils le considèrent comme un aliment indissociable (voire cool et polyvalent) de leur quotidien. Mais nous ne devons pas oublier les groupes cibles spéciaux, comme les écoles, qui transmettent des connaissances et des valeurs liées à la production et à la consommation. Ou les diététiciens, qui exercent une grande influence dans le domaine de l'alimentation saine. Nous nous adressons bien entendu également aux producteurs de lait – les meilleurs ambassadeurs du lait – et les soutenons en leur proposant diverses offres de publicité.

### **Des activités variées pour attirer l'attention**

La question qui se pose ensuite concerne la manière dont nous nous adressons aux groupes cibles. Nous recourons à un vaste éventail de mesures telles que spots publicitaires à la télévision et au cinéma, participation à des festivals et à des manifestations sportives, publipostages pour les familles, concours à Pâques et à Noël, journées nationales du lait et du lait à la pause, nombreuses activités en ligne, plateforme culinaire pour jeunes adultes, recettes pour tous les goûts, supports didactiques pour les écoles, symposium pour professionnels

de la nutrition, pour ne citer que quelques-unes de nos activités. Il est nécessaire de disposer d'une large palette d'instruments pour atteindre les groupes cibles par différents canaux et attirer ainsi suffisamment l'attention sur le lait suisse, ses valeurs et, justement, ses valeurs ajoutées. Les activités au point de vente jouent aussi un rôle essentiel. Ainsi, notre campagne « Swiss milk inside », qui promeut les ventes de produits laitiers indigènes directement au magasin depuis 2015, encourage le consommateur à opter pour le lait et les produits laitiers suisses lorsqu'il fait ses achats.

#### **Des contrôles par des experts externes**

Swissmilk accomplit son travail publicitaire de façon stratégique et ciblée, le soumettant à des contrôles systématiques. Chaque année, une équipe d'experts externes vérifie les activités de marketing en faveur du lait. Nous poursuivons uniquement les mesures dont l'efficacité a été prouvée par des études de marché. Si tel n'est pas le cas, nous les améliorons ou les remplaçons.

#### **Lovely, ambassadrice hors pair depuis 25 ans**

La vache Lovely fait partie de ces mesures efficaces. Elle est l'ambassadrice d'un grand nombre de nos activités de marketing depuis bientôt 25 ans. La publicité avec Lovely a permis d'obtenir un haut degré de notoriété et une image extrêmement positive pour le lait suisse, qui sont d'une valeur inestimable. Grâce à elle, nous pouvons poursuivre notre communication de façon rentable. Je suis convaincu que Lovely nous aidera également à mettre en avant la provenance suisse et les valeurs ajoutées du lait indigène – pour faire fort, comme jusqu'à présent.

#### **Plaisir sain 100 % suisse**

Quels sont les messages et les valeurs que nous transmettons dans notre publicité ? D'une part, nous mettons en avant la santé : nos mesures de communication menées pendant des années ont permis d'asseoir l'importance de consommer trois portions de lait et de produits laitiers par jour pour une alimentation saine. Cet aspect n'est pas remplacable et est une excellente raison d'acheter du lait. Nous mettons d'autre part l'accent sur le bon goût, autre qualité du lait suisse. Là aussi notre travail a porté ses fruits : depuis de nombreuses années, Swissmilk est le numéro un des fournisseurs de recettes en Suisse. Avec notre recueil de plus de 7000 recettes, nous incitons les consommateurs à cuisiner avec du lait et des produits laitiers suisses.

#### **Les valeurs ajoutées du lait suisse mises en avant**

Malheureusement, nous devons faire face à une critique croissante à l'encontre des aliments d'origine animale. Pour y faire face, nous allons encore renforcer nos activités dans ce domaine. De plus, la pression de la concurrence s'accroît et le tourisme d'achat poursuit son développement. Nous pouvons contrer ces effets en insistant davantage sur les valeurs ajoutées de la provenance suisse. Le bien-être animal, la nature et la proximité sont des valeurs essentielles pour les consommateurs que nous devons intégrer dans nos mesures. Nous allons développer notre marketing sur la base de ces valeurs ajoutées et vanter haut et fort les atouts du lait et de la production laitière en Suisse.

### **Le lait suisse a un avenir**

Je crois en l'avenir de la production laitière suisse. Le lait et les produits laitiers sont fortement ancrés dans les habitudes de consommation de la population, notamment grâce à des mesures publicitaires génériques mises en œuvre pendant des dizaines d'années. Le marketing de Swissmilk bénéficie d'un large soutien auprès des producteurs. Les décisions à ce propos, prises par les organes et notamment par l'assemblée des délégués, étaient sans équivoque : les producteurs de lait savent qu'ils doivent investir dans le marché, aujourd'hui comme demain.

Oui, le lait suisse vaut davantage ! En Suisse, on produit selon des modes plus durables et respectueux que dans bien d'autres pays. En communiquant les valeurs ajoutées, nous voulons contribuer à garantir l'avenir de la production laitière suisse et le versement d'un prix convenable aux producteurs de lait. Les consommateurs doivent avoir envie d'acheter du lait et des produits laitiers suisses parce qu'ils sont convaincus de leurs bienfaits pour la santé et de leur bon goût, mais aussi des valeurs ajoutées qu'ils présentent.