



## PSL INFO-EXPRESS: Marketing générique pour le lait

# Faire face aux détracteurs du lait, résolument

La valeur nutritive du lait est reconnue. Cet aliment de base suisse est apprécié par la population. Malgré cela, les avis critiques se répandent. Swissmilk s'engage en première ligne pour la défense des produits laitiers.

Dans notre Suisse, pays d'herbes, le lait, précieux élément d'une alimentation saine, est riche d'une longue tradition. La société de consommation actuelle mène cependant la vie dure aux valeurs traditionnelles. Santé, protection de l'environnement ou bien-être animal, les aliments sont de plus en plus remis en question pour toutes sortes de raisons. Et les produits laitiers ne sont pas épargnés.

### Avis critiques

Certains affirment que le lait ne serait pas sain, qu'il favoriserait les

allergies et que l'on pourrait très bien s'en passer. D'autres pensent que le lait est destiné uniquement aux veaux et inadapté aux humains. Ils condamnent la détention animale ou décrient le fait que certaines vaches n'ont plus de cornes.

### Swissmilk réagit

Pour répondre aux erreurs, aux préjugés et aux attaques, et renverser la tendance, Swissmilk agit à deux niveaux: par la publication de huit publireportages dans la presse commerciale de large portée et par la présentation des avantages de l'économie laitière suisse sur son site Internet. Les reportages abordent de manière accessible les thèmes de l'intolérance ali-

mentaire, des allergies et du rôle du lait. Bannir les produits laitiers de son alimentation n'est vraiment nécessaire que dans de très rares cas. Même les intolérants au lactose ne sont pas obligés de s'en passer. Les atouts du lait sont présentés ouvertement, car ils sont prouvés scientifiquement et reconnus par toutes les associations professionnelles. Les boissons à base de soja ou de riz ne peuvent pas remplacer le lait, car elles ont une composition en nutriments différente de celle du lait. Leur production est en outre discutable du point de vue écologique.

Le microsite [www.swissmilk.ch/environnement](http://www.swissmilk.ch/environnement) est en ligne depuis l'automne 2014. Le cycle naturel de la production laitière y est présenté de manière simple et bien

compréhensible. Swissmilk y désamorce les critiques potentielles – par exemple que les animaux ne sont pas détenus conformément aux besoins de leur espèce – en soutenant le point de vue des producteurs de lait.

### La Suisse reste un pays laitier

En dépit des critiques, le lait est un produit sain, de qualité, issu d'exploitations familiales respectant des normes strictes de protection des animaux et transporté sur de courtes distances. Le lait a une valeur sociale et écologique et doit rester une tradition de la Suisse, pays d'herbes – le marketing de Swissmilk continuera à s'engager en ce sens pour l'avenir.

## Des contrôles? Oui, bien sûr!

Le marketing de Swissmilk est-il contrôlé? Est-il efficace? La contribution versée par les producteurs de lait est-elle utilisée à bon escient? Voilà des questions fréquemment posées.

Il va de soi que les mesures du marketing font continuellement l'objet de contrôles. Ceux-ci ont lieu à deux niveaux: sur le plan stratégique, on vérifie que le marketing de Swissmilk dans son ensemble va dans la bonne direction; sur le plan opérationnel, toutes les mesures sont réexaminées annuellement. Si des mesures sont insuffisantes, elles sont adaptées ou remplacées. Le controlling vérifie ainsi si Swissmilk fait les bons choix et si les activités sont efficaces et les coûts maîtrisés.

Et ça marche! Le contrôle systématique de l'efficacité montre le succès du marketing: les valeurs d'image du lait n'ont cessé d'augmenter ces dernières années, la connaissance des atouts du lait pour la santé et l'utilisation des recettes (stimulation de la consommation) aussi ont progressé.

La contribution des producteurs est vraiment utilisée dans leur intérêt! Le marketing Swissmilk n'investit les fonds que là où ils sont le plus efficaces. Les mesures visent des groupes cibles sensibles, dont les préférences et les habitudes de consommation peuvent être influencées. Ce sont notamment les familles avec enfants et les jeunes adultes. En Suisse, la consommation de lait est stable depuis des années et se situe dans le peloton de tête mondial avec 380 kg par personne et par an. Lovely a encore de beaux jours devant elle!



Les produits laitiers suisses sont bons et font du bien. Swissmilk fait face aux critiques infondées.

## Le lait aux foires: à la rencontre des familles

Au milieu des multiples offres de loisirs, les foires sont toujours très appréciées, notamment des familles. Swissmilk est donc présente aux importantes foires grand public avec une équipe motivée et un superbe stand pour mettre le lait sous les projecteurs. C'est l'occasion rêvée de présenter les produits laitiers suisses de façon moderne. Ce printemps déjà, les familles sont venues nombreuses visiter le stand Swissmilk à la BEA et à la LUGA, où les enfants ont pu fabriquer du beurre et l'emporter chez eux dans un moule «Lovely». Cette activité sera sûrement aussi une des attractions du Comptoir Suisse à Lausanne (du

12 au 21 septembre) et de l'Olma à St-Gall (du 8 au 18 octobre). Les visiteurs peuvent ainsi non seulement s'informer grâce aux tablettes numériques des atouts du lait, du beurre et des autres produits, mais ils peuvent encore emporter chez eux pour le déguster le beurre qu'ils ont eux-mêmes confectionné. D'autres jeux pour les enfants et des milkshakes pour les petits et les grands viennent compléter l'offre. Le stand Swissmilk n'est pas difficile à trouver: les ballons en forme de vache que les petits promènent partout seront aussi là à Lausanne et à St-Gall pour montrer comment arriver jusqu'au lait.



Les habitudes alimentaires se forment très tôt. Les familles avec enfants sont donc un important groupe cible du marketing Swissmilk.