

Berne, le 23 novembre 2021

Labellisation du pain suisse

Solutions communes de droit privé pour les partenaires de la branche

L'association Pain suisse (APS) s'occupe, sur mandat de la branche, du marketing et de la communication pour le pain suisse réalisés dans le cadre de la promotion des ventes de produits agricoles de la Confédération. Les mesures de communication sont basées sur les valeurs (ajoutées) suivantes du pain indigène :

- D'ici : provenance suisse et transformation en Suisse ;
- Responsabilité, durabilité
 - Économie : le pain suisse vaut son prix ;
 - Écologie : le pain suisse est produit de manière écologique ;
 - Aspects sociaux : le pain suisse assure une responsabilité durable ;
- Plaisir : diversité des goûts dans l'alimentation quotidienne.

La déclaration du pays d'origine du pain est une possibilité pour faire face à l'augmentation des produits de boulangerie et de pâtisserie depuis des années. La branche agit à deux niveaux :

- Niveau politique : demande d'indication du pays d'origine du pain, des produits de boulangerie et des sandwiches, aussi dans la vente en vrac ;
- Niveau de droit privé : marque Pain suisse pour mettre en avant la Swissness du pain.

Une proposition de mise en œuvre de la déclaration du pays d'origine du pain et des produits de boulangerie vendus en vrac décidée par le parlement sera mise en discussion l'année prochaine dans le cadre du train d'ordonnances « Stretto 4 ». La marque déposée Pain suisse de l'APS est à la disposition des partenaires du marché depuis le mois d'août. Son utilisation est gratuite, mais les exigences techniques envers la provenance de la matière première et du lieu de transformation ainsi que les directives de mise en œuvre (CI / CD) doivent être respectées. Les informations nécessaires figurent sur <https://painsuisse.ch/logodelamarque/>. Environ 220 partenaires du marché, surtout des boulangeries artisanales, se sont déjà enregistrés pour utiliser la marque. Près de la 50% proviennent de Suisse occidentale.

La stratégie de communication de l'APS a été affinée avec l'introduction de la marque. Les mesures de communication se composent de trois éléments :

- Marque déposée Pain suisse ;
- Vaste campagne radio pour expliquer les valeurs de la marque et les valeurs ajoutées avec des arguments ;
- Communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram YouTube), y compris site web <https://painsuisse.ch>

Le développement de la notoriété de la marque sera au centre des activités ces prochaines années, car la sensibilisation des consommatrices et consommateurs à l'origine du pain doit se faire par la communication. La branche doit néanmoins aussi s'engager et les seules mesures de communication pour le pain suisse ne

suffiront pas pour atteindre l'objectif. Le travail et le soutien de tous les partenaires du marché sont nécessaires pour maintenir les ventes de pain suisse ainsi que la filière indigène de création de valeur.