

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

AMS / Suisse Garantie / Une nouvelle campagne pour Suisse Garantie

L'essentiel est invisible pour les yeux

Suisse Garantie, grâce à sa campagne « Un regard suffit », basée principalement sur des spots TV mettant en scène des chefs de cuisine célèbres, a atteint un taux de notoriété supérieur à 75 %. La marque de garantie est désormais l'un des labels d'origine les plus connus de Suisse. Sur cette base, une nouvelle campagne montrera que les produits agricoles suisses, outre leur qualité exceptionnelle, incarnent des « valeurs essentielles ».

En apparence, rien ne distingue un verre de lait suisse d'un verre de lait étranger, ni un œuf suisse, un steak suisse ou une pomme suisse de leurs pendants étrangers. Or, les produits suisses coûtent un peu plus cher que les denrées comparables venant d'ailleurs. À quoi est due cette différence ? Aux valeurs intérieures, invisibles pour les yeux, que sont les normes plus sévères en matière de bien-être animal, la gestion durable, la tradition paysanne, le savoir-faire ou encore l'absence d'OGM dans les aliments suisses, sans compter les coûts plus élevés en Suisse. En outre, qui dit produit agricole suisse dit aussi « emplois », tant dans l'agriculture que dans les domaines situés en amont et en aval de cette dernière.

La nouvelle campagne, avec son slogan « L'essentiel est invisible pour les yeux », met en avant les valeurs intérieures, invisibles pour les yeux, qui confèrent aux produits agricoles suisses une valeur ajoutée les démarquant des aliments importés.

La publicité

La nouvelle campagne se décline sur deux types de supports : des spots TV et des affiches. Des informations plus détaillées sont disponibles sur le nouveau site web suissegarantie.ch.

Spots TV

Dans la campagne publicitaire télévisée, nous transmettons ces valeurs essentielles sous la forme de petites « stars » de l'agriculture suisse qui se présentent, ainsi que leurs préférences et leur « beauté intérieure », lors d'une sorte d'émission de rencontres. Ces « célébrités » sont du beurre, un cervelas, une pomme, une tomate, une pomme de terre et un œuf. Les textes, déclamés en différents dialectes ou avec différents accents suisses, expriment également la diversité de notre pays, diversité que l'on retrouve aussi dans les denrées alimentaires. Par exemple, le cervelas se présente avec un accent vaudois, le beurre est neuchâtelois, et la pomme, genevoise.

L'idée de l'émission de rencontres

L'idée de l'émission de rencontres a été élaborée par l'entreprise de production Stories, qui a créé une mise en scène unique, authentique, sans animation 3D, bel et bien filmée dans une exploitation agricole de l'Oberland zurichois.

Exemple TV : la pomme



Les spots seront diffusés dès janvier 2018 sur RTS 1, SRF 1 et 2, ainsi que sur tous les canaux étrangers rentables disposant de fenêtres publicitaires suisses.

Les affiches

En tout, 12 affiches ont été conçues, pour lesquelles des produits ont été photographiés. Elles doivent transmettre les « valeurs essentielles » exprimées, qui varient d'un sujet à l'autre.

Exemple des pommes



Le nouveau site web suissegarantie.ch

La refonte du site, tant au niveau de son contenu que de sa structure, est cohérente avec notre nouveau positionnement.

Les valeurs intérieures de Suisse Garantie y sont également en première ligne.



Participant à ce projet :

- Direction du projet : Marcel Portmann (Proviande)
- Équipe de développement : Marcel Portmann (Proviande), Roger Gut et Martin Rüst (Swissmilk)
- Mandant : AMS Agro-Marketing Suisse
- Agence de publicité : persuasion.ch, Kurt Schmid
- Agence média : AMS Media
- Site web : fugu GmbH
- Idée et production audiovisuelle : Stories AG
- Production des affiches : Metrographen GmbH
- Traduction et adaptation : Trait d'Union

Renseignements :

AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21, CH-3007 Berne, www.agromarketingsuisse.ch
Urs Schneider, président d'AMS +41(0)79 438 97 17