



20 ans de GalloSuisse

Force, puissance et réactivité

Le retrait de la Confédération du marché des œufs a incité les producteurs d'œufs à s'organiser au niveau national en 1999. Le but visé était d'enrayer l'effondrement des prix et d'établir une communication efficace en mettant en place une organisation de producteurs forte et puissante avec des structures légères. Après 20 ans, GalloSuisse peut être fier des résultats obtenus, mais les producteurs suisses ne peuvent se reposer sur leurs lauriers. De nouveaux défis attendent.

GalloSuisse a été fondée le 29 avril 1999 à Lucerne. Etaient présents 14 représentants d'associations régionales de producteurs et de coopératives SEG. L'objectif était de regrouper sous un même toit tous les producteurs d'œufs de Suisse afin de représenter efficacement leurs intérêts. Le but visé était d'atteindre des prix rémunérateurs et une bonne communication interne et externe. L'organisation de producteurs devait être forte et efficace, avec des structures légères.

L'association a été créée dans un contexte marqué par la chute massive du prix à la production des œufs et par le fait qu'il était difficile de se faire entendre sur la scène politique parce que les organisations de producteurs défendaient chacune des intérêts différents. En outre, il était clair qu'avec la politique agricole 2002, la Confédération ne reconnaîtrait plus comme interlocuteurs que les organisations de producteurs représentatives.

Un peu moins de deux mois plus tard, le 24 juin, 76 personnes se sont réunies pour la première assemblée des délégués, dont 52 avaient le droit de vote. Elles ont décidé de mettre en œuvre un programme de marketing pour l'œuf suisse et de bénéficier ainsi des nouvelles mesures de promotion des ventes de la Confédération.

Le président Willi Lühinger développe l'association

Willi Lühinger a été le premier président élu. Au cours des deux premières années, la tâche principale a consisté à recruter de nouveaux membres et à développer la collaboration avec les organisations partenaires. Il est rapidement apparu que les fusions régionales n'amélioreraient guère la position des producteurs vis-à-vis de leurs clients. Il a donc été décidé de mettre en place des organisations axées sur les clients, les OrFous. En outre, la Commission paritaire des producteurs d'œufs et du négoce, la ComPa a été créée en 2000.

Toutefois, les prix à la production ne se sont rétablis que lentement. C'est pourquoi certains partenaires commerciaux ont importé de plus en plus de poulettes. Bien que ces mesures aient permis de réduire les coûts de production à court terme, elles ont également entraîné des problèmes de santé. La filière suisse de l'élevage a alors subi de fortes pressions. L'association a donc décidé de protéger l'origine suisse par le label « SUISSE Garantie » et de fixer des conditions uniformes pour la filière en ce qui concerne les moyens de production. Avec la ComPa, l'association est également parvenue à définir un prix indicatif. Ce dernier a apporté stabilité et sécurité matérielle aux producteurs d'œufs.

Willi Lühinger a également développé le marketing de l'œuf suisse avec son équipe de consultants. Une campagne a été lancée avec des slogans tels que « Nous jurons fidélité aux œufs suisses », « Il y a plus dans l'œuf suisse » et « Les œufs suisses font bonne figure ». Pour la première fois, des spots publicitaires pour les œufs suisses ont été diffusés à la télévision; la participation aux grandes foires était la deuxième priorité de la campagne.



L'œuf suisse a pu consolider sa position sur le marché et gagner la confiance des consommateurs année après année.

Jean Ulmann a réparti les tâches au sein du comité

Après 10 ans, Willi Lüchinger a transmis la présidence à Jean Ulmann, ce qui a entraîné une modification de l'organisation de l'association: chaque dicastère a été attribué à un binôme de deux membres du comité, Oswald Burch a été engagé directement par l'association en tant que gérant et le bureau a été installé à l'Aviforum.

Le nouveau comité a développé l'association et resserré les liens avec les sections. Aujourd'hui, l'association représente les deux tiers des producteurs professionnels d'œufs, qui possèdent près de 80 pour cent des poules pondeuses.

Si l'assurance épidémies est désormais intégrée à l'association, c'est le mérite de Jean. Il s'est également engagé à obtenir de bonnes prestations en cas de sinistres. Les revenus issus de cette prestation et la croissance du nombre de poules pondeuses détenues par les membres ont permis de ne jamais augmenter la cotisation au cours des 20 dernières années.

De plus, une nouvelle stratégie de marketing a été développée pendant l'ère Ulmann avec le slogan « Les poules les plus heureuses pondent les meilleurs œufs ». Le spot publicitaire télévisé produit pour la campagne a été le gagnant en 2011 dans la catégorie aliments et boissons. Avec cette campagne, GalloSuisse a réussi à faire passer le message que les œufs suisses sont produits dans le respect des animaux.

Les bases d'une nouvelle stratégie marketing ont donc été jetées fin 2017. L'analyse a conduit à mettre l'œuf en avant en tant qu'aliment naturel, sain et polyvalent. La nouvelle campagne avec le hashtag « Oeufsuisse » a été lancée à l'occasion de la Journée mondiale de l'œuf 2018.

Prêt pour de nouveaux défis

L'ère Ulmann a pris fin un an plus tôt que prévu lors de l'assemblée des délégués 2018. Le vice-président Willi Neuhauser a repris la direction de l'association à titre intérimaire. Avec le comité, il a profité de cette année de transition pour renforcer l'association et la préparer aux défis futurs. Le bureau a été complété par un nouveau poste et les statuts ont été complètement révisés. Cette révision renforcera la cohésion et rendra l'organisation plus simple et plus flexible. En outre, la nouvelle communauté d'intérêts des producteurs f&f et le partenariat avec la CI Bio-Ei Suisse renforcent la base de GalloSuisse.

« Aujourd'hui, nous pouvons être fiers que l'œuf suisse bénéficie d'une confiance maximale », a déclaré Willi Neuhauser lors de l'assemblée générale célébrant les 20 ans de GalloSuisse au château de Lenzburg. Ces vingt premières années de GalloSuisse ont été marquées par la stabilité du marché, une bonne collaboration avec le négoce et le succès du marketing. Cette stabilité est positive pour tout le monde, mais elle n'a jamais été tenue pour acquise. Les défis ne manqueront pas non plus à l'avenir: les thèmes de la politique agricole, de l'aménagement du territoire et du bien-être des animaux sont depuis longtemps des sujets d'actualité et continueront à occuper les producteurs d'œufs suisses dans les années à venir.

Renseignements:

Edith Nüssli, Secrétaire générale GalloSuisse, m: 077 442 16 38