

RAPPORT ANNUEL 2025

L'année 2025 a débuté pour l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX (ASPR) avec la finalisation de la transition à la présidence. Un autre axe majeur a été le séminaire stratégique organisé sous la nouvelle présidence d'Urs Schneider. Ce séminaire a permis de poser les bases de l'élaboration d'une stratégie de l'ASPR et de lancer l'examen des processus. Par ailleurs, le nombre de partenaires contractuels de l'ASPR a pu être porté à sept avec l'arrivée de Manor Food et de Mercanto. En parallèle, la campagne nationale de base pour la marque regio.garantie, soutenue par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), a été poursuivie. Enfin, le chiffre d'affaires issu de la vente de produits régionaux certifiés regio.garantie a continué de progresser pour atteindre environ 1,98 milliard CHF. Un bémol demeure toutefois : la notoriété assistée de la marque regio.garantie reste encore faible. Cette situation est néanmoins contrebalancée par la notoriété remarquable de certaines marques régionales ainsi que par les dénominations utilisées par les détaillants pour désigner les produits certifiés regio.garantie.

Travaux stratégiques

Passage de relais de Manfred Bötsch à Urs Schneider

Les trois dernières années (2022–2024) ont été marquées par Manfred Bötsch, premier président externe de l'ASPR. Il a su accroître de manière significative l'importance de l'association et la visibilité de la marque regio.garantie. Durant son mandat, l'ASPR a bénéficié d'une dynamique remarquable, d'une vision économique large, ainsi que d'une capacité à conduire des négociations constructives et équilibrées - sans pour autant négliger les Directives pour les marques régionales, cadre réglementaire reconnu au niveau national. Aucune exception, ni décision par analogie, ni adaptation des directives sans clarifications rigoureuses : tel était le credo de Manfred Bötsch. La question de sa succession lui tenait donc particulièrement à cœur. L'élection d'Urs Schneider s'inscrit dans la continuité de l'action de Manfred Bötsch et constitue un héritage durable de sa présidence. Tous deux ont grandi dans le canton de Thurgovie, sont issus du milieu agricole, ont suivi une formation agricole et ont assumé des responsabilités de haut niveau dans le secteur agroalimentaire. Urs Schneider a notamment contribué au développement de la marque Suisse Garantie et a occupé, jusqu'à son départ à la retraite, le poste de directeur adjoint de l'Union suisse des paysans ainsi que la présidence d'Agro-Marketing Suisse (AMS). Il dispose ainsi d'une excellente connaissance du marché agricole suisse, comprend les différentes sensibilités du secteur et s'appuie sur un vaste réseau au sein de l'agriculture et de l'économie alimentaire suisses.



Fig. 1 : Passage de relais à la présidence de l'ASPR de Manfred Bötsch à Urs Schneider (à gauche)

Examen de la stratégie et des processus

Lors de l'assemblée des membres, Urs Schneider a déjà pu présenter un plan visant à examiner la stratégie de l'ASPR et, sur cette base, ses processus. Le premier constat a été que le secrétariat de l'association, à effectif et à taux d'occupation constants, ne pouvait plus faire face au développement rapide de l'ASPR, notamment avec sept partenaires contractuels et une campagne nationale pour regio.garantie. Dans ce contexte, un séminaire consacré à l'analyse de la stratégie et des processus de l'ASPR s'est tenu le 28 novembre. Il a réuni des représentantes et des représentants des quatre organisations membres – alpinavera, « Das Beste der Region », Culinarium et regio.garantie Romandie – ainsi que de l'Office fédéral de l'agriculture et du secrétariat de l'ASPR, sous la conduite d'Agridea. À l'issue du séminaire, l'ensemble des participants/es s'est accordé sur la nécessité de renforcer l'association, tant sur le plan des ressources humaines que financières, afin de soutenir son développement. L'objectif est de consolider la position des produits régionaux sur le marché et d'accroître la notoriété de la marque regio.garantie et, par extension, celle des 30 marques régionales.

Réélection du comité de l'ASPR

Outre l'élection d'un nouveau président en 2025, le comité de l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX (ASPR) a également été confirmé. Il se compose d'un/e représentant/e de chacune des organisations membres : Jasmine Said Bucher (alpinavera), Hansjörg Thalmann (« Das Beste der Region »), Urs Bolliger (Culinarium), Francesca Martini (regio.garantie Romandie). Après plus de 20 ans à la tête de Culinarium, Urs Bolliger a quitté ses fonctions à la fin de l'année.



Fig. 2 : Assemblée des membres 2025 avec les président·e·s et directions des quatre organisations membres regio.garantie Romandie, « Das Beste der Region », alpinavera et Culinarium, ainsi que de l'ASPR

Les produits régionaux authentiques sous la marque regio.garantie poursuivent leur essor

Depuis ses débuts, le label régional le plus connu de Suisse, « De la région. Pour la région. » de Migros, s'appuie sur les Directives pour les marques régionales de l'ASPR. ALDI SUISSE (« Saveurs Suisses »), Dallmayr (« Enjoy Local »), ainsi que Coop (« Ma Région ») et Lidl Suisse (« Petit mais remarquable ») respectent également les directives nationales applicables aux marques régionales pour la commercialisation de produits régionaux authentiques certifiés regio.garantie. Depuis le printemps 2025, Manor Food est actif en tant que nouveau partenaire contractuel et renforce ainsi la présence nationale. Son programme de durabilité certifié « Local », en place depuis plus de 20 ans, témoigne d'un engagement clair en faveur de la régionalité. Dans le but de renforcer les prestations logistiques dans le domaine B2B, un partenariat avec Mercanto SA, filiale de Pistor SA, a pu être conclu en 2025.



Fig. 3 : Campagne nationale d'ALDI pour la gamme Saveurs Suisses avec une référence explicite à regio.garantie

Chiffres clés du marché des produits régionaux regio.garantie

Méthodologie : Au printemps 2025, les quatre organisations membres ont à nouveau recueilli les données relatives aux chiffres d'affaires et aux volumes de vente des produits certifiés regio.garantie, sur la base du modèle uniforme de l'ASPR en vigueur depuis 2021.

Résultats :

- Le chiffre d'affaires des produits régionaux certifiés regio.garantie s'est élevé en 2024 à environ 1,98 milliard CHF, soit une augmentation d'environ 2 % par rapport à 2023 (1,95 milliard CHF).
- La catégorie la plus performante en termes de chiffre d'affaires demeure, comme en 2021 et les années suivantes, le fromage (34 %). Elle est suivie des fruits et légumes avec 17 % (2023 : 18 %) et de la viande et des produits carnés avec 16 % (2023 : 17 %).
- Les plus fortes progressions parmi les autres catégories importantes ont été observées pour les boissons non alcoolisées (+30,5 %), les produits laitiers (+12,5 %), les produits de meunerie et de grandes cultures (+11,5 %) et les boissons alcoolisées (+5 %). La catégorie restauration (HORECA) a enregistré une hausse de 46 % par rapport à 2023.
- Avec 62 % (2023 : 63 % ; 2022 : 60 %), le commerce de détail demeure le principal canal de distribution des produits certifiés regio.garantie, suivi de la vente directe avec 15 % (2023 : 18,5 % ; 2022 : 20 %) et de la restauration avec 11,7 % (2023 : 10,5 % ; 2022 : 11 %).
- La prime de prix à la production de lait, donc l'écart moyen par rapport aux prix de référence, se situait au-dessus des prix de référence dans toutes les régions, à l'exception du lait biologique dans la région IV (AR, AI, SG, SH, GR, GL, TG, ZH, SZ). Pour le lait biologique, toutes les régions ont enregistré une baisse, faible à marquée, de la prime par rapport à 2023 (source : OFAG, Analyses du marché).
- Les prix du lait conventionnel et du lait IP-Suisse ont augmenté de manière significative dans les régions de Culinarium et de regio.garantie Romandie, et légèrement dans les régions de « Das Beste der Region ». Dans toutes les régions, le pourcentage de prime accordé au lait conventionnel se situait nettement au-dessus de celui du lait IP-Suisse.
- La prime moyenne la plus élevée a été observée en Suisse romande avec environ 17 % (2023 : 6 % ; 2022 : 20 %), le lait conventionnel atteignant la prime la plus élevée de 32 %. Dans l'espace Suisse orientale–Zurich (régions Culinarium), la prime moyenne s'élevait à 9 % (2023 : 2 % ; 2022 : 3 %), et sur le Plateau suisse et en Suisse centrale (régions de « Das Beste der Region ») à environ 3 % (2023 : 4 % ; 2022 : 6 %).

Travaux sur les directives et commissions

Comme au cours des deux années précédentes, les travaux sur les directives ont principalement servi à faciliter leur usage, à clarifier des formulations imprécises et à actualiser les renvois en ligne vers les articles et annexes. Les dispositions spécifiques à la restauration – parties B3 (restauration) et B4 (restauration collective) – ont fait l'objet d'une révision totale. Celle-ci a permis de simplifier la mise en œuvre des plats certifiés regio.garantie, tout en garantissant une crédibilité élevée.

Grâce à une planification anticipée et à une excellente coopération au sein des commissions, l'ASPR a pu soumettre les directives à la consultation plus tôt que les années précédentes, conformément aux souhaits de plusieurs organisations. Les directives adoptées ont également pu être mises à disposition des organismes de certification dans les trois langues nationales dès le 1er décembre 2025, laissant ainsi aux acteurs concernés suffisamment de temps pour adapter leurs check-lists, sites internet et modèles pour le 1er janvier.

Lors de la mise à jour de la Liste des ingrédients importés autorisés (annexe 5), il a été constaté que l'évolution positive observée ces dernières années dans la culture et la production régionales de certains de ces ingrédients, tels que les noix, ainsi que le développement d'alternatives, s'est ralenti en 2025. Certains ingrédients, comme les graines de tournesol, ont dû être maintenus sur la liste en raison d'une mauvaise récolte ; pour d'autres, tel que le gluten, le maintien s'explique par un manque de production et d'alternatives. Il est rappelé que la concertation entre les entreprises de transformation et les producteurs (ex. maraîchage), ainsi que la recherche approfondie d'ingrédients ou d'alternatives au niveau national, constituent une étape obligatoire.

L'échange annuel avec les organismes de certification ProCert, Bio.Inspecta et OIC a permis de clarifier plusieurs points en suspens (notamment concernant les procédures), contribuant ainsi à une nouvelle simplification de l'application des directives. Il a toutefois également mis en évidence la nécessité de clarifier certains aspects, tels que la définition des produits semi-finis, le calcul de la valeur ajoutée ou encore l'interprétation des articles 5.3 (eau) et 6.2 (bière) de la partie B2, Dispositions spécifiques par branche pour les boissons.

Les directives pour les marques régionales révisées, avec entrée en vigueur au 1er janvier 2026, ont été adoptées par la Commission nationale des lignes directrices le 18 septembre 2025. À fin novembre 2025, toutes les marques régionales affiliées aux organisations suprarégionales avaient formellement ratifié les parties des directives qu'elles appliquent. Parmi les organisations utilisatrices figurent notamment Migros avec les huit coopératives « De la région », l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) avec les Parcs naturels régionaux attribuant le label « Produit des parcs suisses », Bio Suisse pour les produits régionaux certifiés Bourgeon Bio Suisse, Aldi Suisse pour le label « Saveurs Suisses », Coop pour la gamme « Ma Région », ainsi que Lidl Suisse et Manor Food pour les produits régionaux certifiés regio.garantie.

Campagne promotionnelle pour regio.garantie

La stratégie de communication élaborée en 2022, qui constitue le socle de la campagne nationale promotionnelle de regio.garantie, a pu être poursuivie, concrétisée et mise en œuvre dans ses éléments essentiels. Cette concrétisation a été guidée par le Groupe d'accompagnement communication, composé de spécialistes des quatre organisations membres. L'objectif de la campagne regio.garantie était de renforcer la notoriété et la reconnaissance de la marque. Comme les années précédentes, l'accent a été mis sur une stratégie de sensibilisation à large échelle, combinant une campagne de publicité numérique (Digital-Out-Of-Home, DOOH) et une campagne en ligne. Cette dernière n'était pas orientée vers les clics ou le trafic sur les sites web, mais visait à accroître la visibilité et la valorisation des produits régionaux certifiés regio.garantie auprès du grand public.

Résumé des performances – Distribution : Tous les objectifs ont été atteints ou dépassés, comme en 2024. La campagne DOOH a généré plus de 27 millions de contacts bruts (2024 : 39 millions), avec un facteur de rentabilité publicitaire de 19 % (2024 : 14 %). La campagne en ligne a généré environ 6 millions de contacts (2024 : 2,6 millions), et les vidéos ont été visionnées intégralement 1,6 million de fois (2024 : 1,4 million).

Points forts :

- Campagne DOOH : large portée avec un budget maîtrisé et un prix pour mille contacts (PPMC) excellent de CHF 2,75 (2024 : CHF 1,68).
- Campagne en ligne : le coût par vue complétée (CPVV) est resté, comme en 2024, à un niveau très bas de CHF 0,04, démontrant un excellent rapport coût-efficacité.

Contenu vidéo et production : La campagne 2025 s'est appuyée sur la nouvelle vidéo réalisée en 2024. L'agence mandatée, Toast Agency, sous la direction de l'équipe de tournage expérimentée de Sam Cam, a placé les productrices et producteurs au centre du récit, mettant en lumière leur fierté et leur savoir-faire. Le message clé, mettant en évidence la qualité et les valeurs portées par les produits regio.garantie, a ainsi pu être transmis de manière claire et convaincante.



Fig. 4 : Campagne promotionnelle 2025 – aperçus de la nouvelle vidéo mettant en avant les produits de qualité et les productrices et producteurs

Comité, commissions, secrétariat

Composition au 31.12.2025

Comité

| Organisation | Représentant |
|---|---|
| Association suisse des produits régionaux | Urs Schneider, président depuis le 1.5.2025 |
| alpinavera | Jasmine Said Bucher |
| Culinarium | Urs Bolliger (jusqu'au 31.12.2025) |
| « Das Beste der Region » | Hansjörg Thalman, vice-président |
| regio.garantie Romandie | Francesca Martini, |

Commission nationale des lignes directrices

| Organisation | Représentant |
|--------------------------------------|---|
| ASPR | Urs Schneider, responsable |
| alpinavera | Ann-Marie Lanfranchi |
| Culinarium | Werner Küttel |
| « Das Beste der Region » | Lisa La |
| regio.garantie Romandie | Caroline Rosat, Nadia Sylvant (ad interim) |
| Fédération romande des consommateurs | Barbara Pfenniger |
| Migros « De la région » | Erika Piller, Coopérative Migros Zurich |
| Office fédéral de l'environnement | Alex Baumann, Coopérative Migros Suisse orientale |
| Réseau des parcs suisses | Dr. Johann Dupuis |
| | Erica Baumann |
| | Paulo Degiorgi, Parc naturel Jura vaudois |
| | Dominique Weissen, suppléante |
| Coop « Ma Région » | Nadine Moppert |
| Bio Suisse | Nina Bohn |

Commission des marques

| Organisation | Représentant |
|--------------------------------------|--|
| alpinavera | Ann-Marie Lanfranchi, responsable |
| Culinarium | Werner Küttel |
| « Das Beste der Region » | Lisa La |
| regio.garantie Romandie | Caroline Rosat, Nadia Sylvant (ad interim) |
| Fédération romande des consommateurs | Barbara Pfenniger |
| Office fédéral de l'agriculture | Martina De Paola |
| Membres du comité ASPR | Facultatif |

Secrétariat

| | |
|-------------|-----------------------------|
| Responsable | Gabriela Dörig-Eschler, 70% |
|-------------|-----------------------------|