

Heiligenschwendi, le 31 décembre 2024

Rapport annuel 2024

L'année 2024 a débuté pour l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX (ASPR) avec un renforcement accru de la visibilité de la marque regio.garantie en rayon, aussi bien chez ses partenaires déjà engagés Aldi Suisse via sa ligne « Saveurs Suisses » et Dallmayr SA avec « Enjoy local », qu'avec de nouveaux partenaires comme Coop et sa gamme « Ma région » ainsi que Lidl à travers ses semaines promotionnelles « Petit mais remarquable ». Migros, partenaire historique et principal de l'ASPR avec sa ligne « De la région. Pour la région », a réaffirmé son engagement à maintenir sa marque de produits régionaux. Malgré son positionnement annoncé de leader en matière de prix, l'enseigne a ainsi confirmé son adhésion aux directives pour les marques régionales, qui constituent le cadre réglementaire national de l'ASPR. Par ailleurs, les activités de communication marketing classiques ont été poursuivies au niveau national afin d'accroître la notoriété de la marque regio.garantie, une première dans l'histoire de l'association. Les axes de travail ont été orientés en fonction de la stratégie de développement mandatée par l'assemblée générale.



Image 1 : Assemblée générale de l'Association suisse des produits régionaux, 25.4.2024

Mise en œuvre de la stratégie

Campagne promotionnelle pour regio.garantie

La stratégie de communication, établie en 2022 pour servir de socle à la campagne promotionnelle nationale pour regio.garantie, a continuellement été concrétisée et mise en œuvre. Cette réalisation a été guidée par le Groupe d'accompagnement communication, composé d'experts des quatre organisations membres. Le but de cette campagne était de renforcer la notoriété et la sensibilisation pour la marque regio.garantie. L'accent a été mis sur une stratégie de sensibilisation à grande échelle par le biais d'une campagne de publicité numérique (DOOH) et d'une campagne en ligne, qui ne visait

pas à obtenir un maximum de clics ou du trafic sur les sites web, mais à renforcer la visibilité et l'appréciation des produits régionaux portant la marque regio.garantie auprès du grand public.

Résumé des performances - Distribution : tous les objectifs ont été atteints ou dépassés. La campagne DOOH a généré au total plus de 39 millions de contacts bruts, avec un facteur de rentabilité publicitaire de 14%. La campagne en ligne a généré 2,6 millions de contacts et les vidéos ont été visionnées 1,4 millions fois entièrement.

Points forts :

- Campagne DOOH : grande portée avec un budget compact et un prix pour mille contacts (PPMC) de seulement 1,68 CHF, ce qui est exceptionnel.
- Campagne en ligne : Le spot de 58 secondes a atteint un taux de complétion de 45%, donc près de la moitié des spectateurs ont regardé la vidéo jusqu'à sa fin. Ce taux élevé pour une vidéo relativement longue indique que son contenu était attractif et pertinent pour le public cible. Le très bas coût par vue complétée¹ de seulement 0,04 CHF montre le bon rapport qualité/prix de la campagne.

Contenu de la vidéo, production : La campagne promotionnelle pour regio.garantie a été axée sur le « Storytelling », avec le point rouge au centre. Si la vidéo a obtenu des résultats excellents grâce à l'effet surprise, il manquait un message à propos de la qualité des produits régionaux et de leurs plus-value (le 2^{ème} objectif principal de la campagne en plus de l'augmentation de la notoriété). Ce constat a amené le groupe d'experts à se tourner vers une deuxième agence pour élaborer un nouveau spot, mettant cette fois l'accent sur le produit régional et sur les producteurs.



Images 2 à 4 : campagne 2024, aperçus de la vidéo pour 2025

ALP'24 : Dans le cadre de l'International Alpine Food Contest au Culinarium Alpinum à Stans, l'ASPR a pu prolonger la campagne promotionnelle regio.garantie lors d'un stand pour présenter des produits certifiés regio.garantie issus de la région alpine, comme Gusto Ticino. Outre les bonnes ventes, il est réjouissant de constater que deux produits regio.garantie - le Panettone traditionnel de la boulangerie pâtisserie Weber AG, Davos/GR et le Prosciutto crudo de la Macelleria Scalino SA, Li Curt/GR - aient remporté le Prix d'Excellence dans leur catégorie dans le cadre du concours international. Il est également très encourageant que, pour le « Cercle régional » - un prix décerné par l'Office fédéral de l'agriculture et le Secrétariat d'État à l'économie SECO - la certification regio.garantie a joué un rôle déterminant dans la décision du jury externe. Les lauréats ont été les projets « Ticino a Te » et « Ticino a tavola » qui ont réussi à ancrer les produits régionaux véritables dans la gastronomie et l'hôtellerie locales et à développer ainsi une chaîne de valeur régionale au Tessin.

¹ Le coût par vue complétée (CPCV) est calculé en divisant les coûts publicitaires par le nombre de fois qu'une vidéo est visionnée intégralement.



Image 5 : ALP'24, remise des médailles



Image 6 : ALP'24, présentation de l'ASPR par Gusto Ticino, Rashida Soliman avec des produits regio.garantie

Révision des statuts

Les activités engagées depuis 2022 dans le domaine de la communication marketing et, en particulier, l'extension de la coopération avec des entreprises nationales du commerce de détail ont rendu la révision des statuts indispensable. L'accent principal lors de cette révision a été mis sur les questions de confidentialité et de protection des données. L'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX est légalement tenue de garantir la confidentialité des informations commerciales et de respecter les dispositions en matière de protection des données. La révision des statuts a été adoptée lors de l'Assemblée générale de 2024. Dès la première réunion de la commission nationale des lignes directrices, tous les représentants des marques régionales ainsi que les partenaires contractuels avaient déjà signé les déclarations de confidentialité et de protection des données.

Représentation des intérêts

La représentation des intérêts de l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX et le maintien des partenariats existants ou potentiels ont été intensifiés grâce à l'engagement sans faille du président Manfred Bötsch. Cela s'est concrétisé par des échanges réguliers avec les offices fédéraux, les organisations membres et les partenaires, ainsi que par une présence active lors d'événements externes, comme notamment ALP'24 International Alpine Food Contest à Stans et la présentation de l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX lors d'événements comme la Fachtagung Regionalprodukte à Zurich ou auprès des représentants des offices d'agriculture.

Nouveaux partenariats

Le positionnement actif et l'intensification de la présence de l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX et de la marque regio.garantie ont, comme en 2023, montré des résultats encourageants, lorsque de nouveaux partenaires contractuels nationaux et utilisateurs des directives pour les marques régionales et du label regio.garantie ont pu être gagnés avec Lidl Suisse et sa semaine thématique « Petit mais remarquable » et avec Coop et sa ligne de produits « Ma région ». Cette évolution réjouissante s'accompagne cependant de nouveaux défis. Une attention particulière doit être accordée à la protection des données et à la confidentialité, à l'égalité de traitement et au travail en commission. De plus, l'établissement d'une relation de confiance mutuelle exige une forte implication du secrétariat, et des adaptations des statuts de l'ASPR ont été nécessaires (voir également « Révision des statuts »)

Succession à la présidence

Étant donné que le président en exercice, Manfred Bötsch, a remis sa démission pour l'assemblée générale de 2025, le comité s'est penché de manière approfondie sur la question de sa succession. Lors de la dernière réunion du comité en 2024, deux candidats potentiels ont été entendus. Finalement, un consensus a été trouvé entre les quatre organisations membres, et Urs Schneider a été désigné comme candidat. L'élection officielle aura lieu lors de la prochaine assemblée générale.

Performances en matière de durabilité des produits regio.garantie

La demande de l'assemblée générale d'élaborer un positionnement sur la durabilité n'a pas permis d'aboutir à un consensus sur la stratégie commune à adopter, malgré une approche progressive consistant à séparer la forme du contenu. L'assemblée générale a donc décidé de se concentrer sur ce que regio.garantie apporte déjà en matière de durabilité. Pour répondre à cette demande de l'assemblée, ainsi qu'à l'intérêt croissant des médias et lors d'événements sur les aspects de durabilité des produits régionaux authentiques regio.garantie, un concept intitulé les « 8 atouts des produits certifiés regio.garantie » a été élaboré et présenté sous forme visuelle. Une approche quantitative a été choisie pour les aspects socio-économiques, tandis qu'un cadre plus flexible a été adopté pour la durabilité environnementale.

Performance en matière de durabilité des produits regio.garantie:

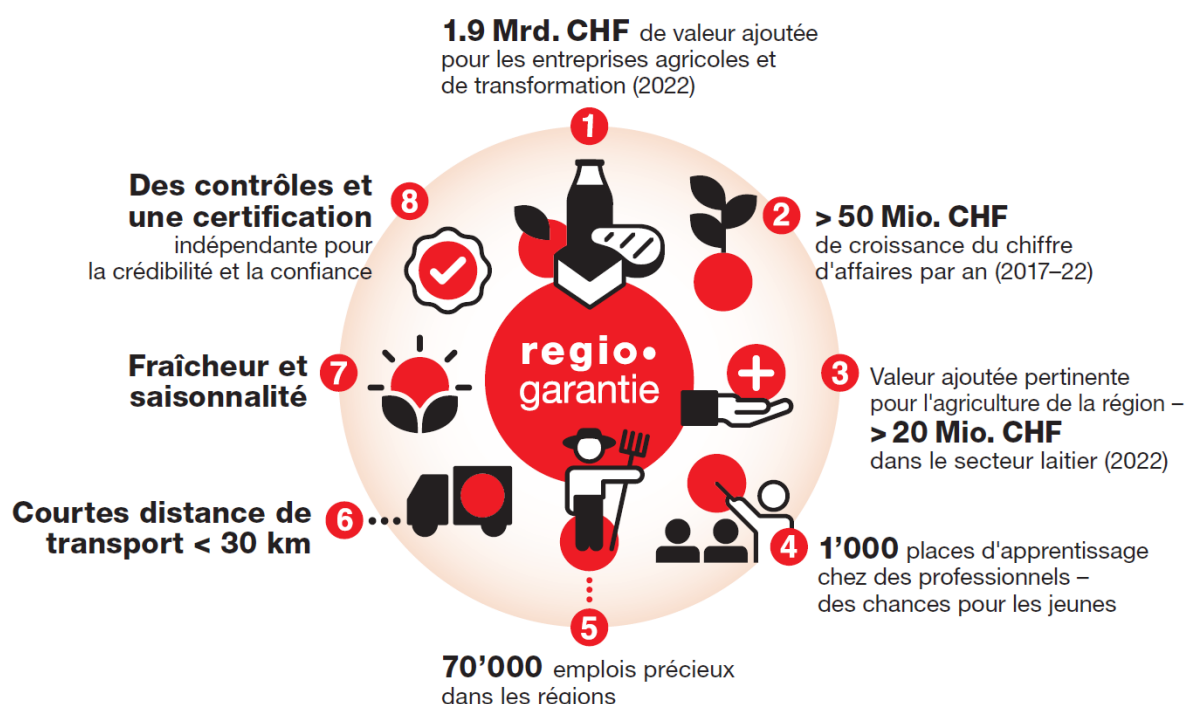


Image 7 : représentation graphique des prestations de durabilité des produits regio.garantie

Optimisation organisationnelle

Les premières étapes visant à optimiser le fonctionnement organisationnel pour améliorer l'efficacité ont été mises en place. Ainsi, le nombre de réunions de la commission des marques a été réduit de six à cinq, et des potentiels d'optimisation supplémentaires ont été identifiés, notamment dans le processus de soumission des demandes. De plus, la révision des statuts, adoptée récemment, a permis de clarifier les procédures, de préciser les droits et les obligations des organes et d'éliminer certaines ambiguïtés.

Enquête nationale sur les chiffres clés du marché des produits régionaux

Méthodologie : Comme à l'accoutumée, au printemps 2024, les organisations membres ont recueilli les données sur les ventes et les chiffres d'affaires des preneurs de licence. Fin juin, les chiffres agrégés des ventes et des chiffres d'affaires ont été transmis à temps à l'OFAG. De nouveau, nous avons atteint un taux très élevé de réponses quantifiées, atteignant environ 96 % (2020 : 63 %, 2021 : 89 %, 2022 : 97 %), avec des informations presque complètes sur les canaux de vente tels que la vente directe, le commerce de détail, l'Horeca (incluant la restauration et le commerce de gros) et la transformation. Pour renforcer la crédibilité et améliorer la qualité des données, la validation des données a également

été effectuée selon un concept uniforme, comme introduit en 2022. Dans le cadre de la collecte de données 2023, l'ASPR a également poursuivi la mise en œuvre du concept de relevé de la prime aux prix producteur du lait au niveau agricole. Les raisons de ce choix sont multiples : le secteur du lait, c'est-à-dire des produits laitiers et du fromage, est important en termes de chiffre d'affaires (plus de 38% du chiffre d'affaires total des produits certifiés regio.garantie) et la diversification de ce secteur est relativement peu complexe, en comparaison, par exemple, avec le secteur des produits carnés. De plus, les prix de référence sont bien documentés et disponibles par région auprès de l'OFAG (source de données : OFAG, secteur Analyses du marché).

Résultats :

- En 2023, le chiffre d'affaires des produits certifiés regio.garantie s'est élevé à environ 1,95 milliard de francs, ce qui représente une augmentation d'environ 5 % par rapport à 1,86 milliard en 2022.
- Comme en 2021 et en 2022, la catégorie avec le chiffre d'affaires le plus élevé est le « fromage » représentant 34 % (2022 : 35 %), suivie de « Légumes et fruits » avec 18 % (2022 : 16 %) et « Viande et produits carnés » avec 17 % (2022 : 19 %).
- L'augmentation pour le fromage représente un petit 1 %, tandis que celle pour les fruits et légumes est de plus de 18 %.
- Les plus fortes hausses par catégorie ont été enregistrées pour les produits de boulangerie et pâtes alimentaires, avec +27,6 %, ainsi que pour les œufs, avec environ + 32 %.
- L'augmentation des œufs peut être interprétée comme un report de la demande en protéines animales, en lien avec la diminution observée dans la catégorie « viande et produits carnés ».
- Avec 63 % (2022 : 60 %, 2021 : 59 %), le commerce de détail se positionne comme le canal de vente le plus important pour les produits certifiés regio.garantie, suivi par la vente directe avec 18,5 % (2022 : 20 %, 2021 : 21 %) et la restauration avec 10,5 % (2022 : 11 %).
- La prime de prix à la production de lait, donc l'écart moyen, est nettement supérieure aux prix de référence de la Confédération, à l'exception du lait conventionnel dans la région IV Suisse orientale-Zurich, (source de données : OFAG, secteur Analyses du marché).
- Enfin, on peut relever que la prime la plus élevée est obtenue en Suisse romande et au Tessin (régions I & V), avec environ 6% (2022 : 20 %) et environ 11 % pour le lait bio (2022 : 20 %). Dans la région Suisse orientale-Zurich (région IV), la prime est d'environ 2 % (2022 : 3 %), tandis qu'elle est d'environ 4 % (2022 : 6 %) sur le Plateau suisse et en Suisse centrale (régions II, III, IV).

Travaux sur les directives et commissions

Les travaux de révision des directives ont principalement visé à faciliter leur usage et de clarifier des formulations imprécises, tels que celles concernant les produits semi-finis dans la partie A et les références aux textes des articles, ainsi que la simplification de la liste des ingrédients importés autorisés à l'annexe 5 de la partie A. Les dispositions spécifiques aux produits cosmétiques (partie C2) ont été révisées selon le principe de ne plus établir de listes d'ingrédients interdits, mais de renvoyer à des listes en ligne mises à jour en permanence. Les dispositions spécifiques à la restauration (parties B3 et B4) sont en cours de révision par un groupe de travail, avec pour objectif de simplifier la réglementation et de renforcer la communication autour de la marque regio.garantie. La version définitive est prévue pour 2026. Par ailleurs, au sein de la commission des marques, un comité spécial composé de représentants des quatre organisations membres a été mis en place. Il sera chargé de statuer en cas d'urgence, notamment en cas de pénuries de récoltes, sur l'octroi éventuel d'autorisations exceptionnelles à l'échelle régionale ou nationale.

Comme stipulé dans les statuts révisés, et en raison de l'élargissement des partenariats contractuels de l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX, tous les membres des commissions ont signé une

déclaration de confidentialité et de protection des données. Ainsi, la collaboration au sein de la Commission nationale des lignes directrices, notamment avec les représentants de l'équipe d'experts Migros « De la région » et de Coop « Ma Région », s'est révélée extrêmement positive et enrichissante.

L'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX a également répondu favorablement au souhait de la Commission nationale des lignes directrices, émanant notamment du Réseau des parcs suisses, d'avancer la mise en consultation estivale des directives ajustées à fin juin, au lieu de juillet. Grâce à l'excellente coopération au sein des commissions, cette mesure a pu être mise en œuvre avec succès. En réponse à la demande des organismes de certification, l'ASSOCIATION SUISSE DES PRODUITS RÉGIONAUX tenait également à mettre à disposition, dès le 1er décembre 2024, les directives pour les marques régionales, ratifiées fin novembre. La transmission accélérée des textes officiels dans les trois langues nationales a permis aux acteurs concernés de disposer du temps nécessaire pour adapter leurs check-lists, sites web et modèles avant leur entrée en vigueur au 1er janvier.

Lors de la révision de la liste des ingrédients agricoles importés autorisés (*annexe 5*), une évolution positive de la production de certains ingrédients régionaux, tels que l'arôme naturel de menthe poivrée ou les graines de tournesol, a pu être constatée, ainsi que le développement d'alternatives notamment à la poudre de protéines et à l'eau de rose. Il a été rappelé que la concertation entre les entreprises acheteuses et les producteurs (ex. secteur maraîcher) ainsi que les vérifications détaillées au niveau national, visant à rechercher des alternatives aux ingrédients importés, constituent une étape incontournable.

L'échange annuel avec les organismes de certification ProCert, BioInspecta et OIC a permis de clarifier plusieurs points en suspens (notamment en ce qui concerne les procédures) et ainsi de simplifier davantage l'application des directives pour les marques régionales. D'autres points restent encore à clarifier, notamment la définition des produits semi-finis et le calcul de la valeur ajoutée. L'harmonisation des règlements des sanctions en 2023, qui a introduit une périodicité des audits fixée à deux ans, n'a posé aucune difficulté selon les organismes de certification. Cet intervalle peut être raccourci pour les entreprises représentant un risque élevé (annuelle) ou rallongé pour les exploitations agricoles si le chiffre d'affaires de produits régionaux certifiés issu de leur propre production est inférieur à 10 000 CHF (tous les 4 ans). Les organisations membres gardent néanmoins certaines libertés de décision en ce qui concerne cette limite. L'harmonisation a été réalisée suite à une décision des présidents des quatre organisations membres. Par ailleurs, en ce qui concerne la procédure adoptée en 2023 pour les demandes d'exception liées à la transformation de la viande en dehors de la région, aucun retour négatif n'a été signalé.

Ratification et application des directives pour les marques régionales

Les modifications des directives pour les marques régionales, dont l'entrée en vigueur est le 1er janvier 2025, ont été adoptées par la Commission nationale des lignes directrices le 19 septembre 2024.

Fin décembre 2024, toutes les marques régionales affiliées aux organisations suprarégionales ont formellement ratifié les parties des directives qu'elles appliquent. Les marques régionales des cantons de Genève (Genève Région – Terre Avenir) et du Valais (Marque Valais) garantissent l'équivalence de leurs règlements avec les directives nationales par le biais de la charte. De plus, la Marque Valais a, pour la première fois, ratifié officiellement les parties A, B1, B2 et C2 des directives nationales. À la fin du mois de novembre, les organisations utilisatrices suivantes ont ratifié les directives révisées : Migros avec les huit coopératives pour les produits « De la région », l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) avec les parcs naturels régionaux qui attribuent le label « Produit des parcs suisses », Bio Suisse pour les produits régionaux certifiés Bio-Bourgeon, Aldi Suisse pour le label « Saveurs suisses », ainsi que maintenant Coop pour sa ligne « Ma région » et Lidl Suisse pour les produits régionaux certifiés regio.garantie.

Comité, commissions, secrétariat

Composition au 31.12.2024

Comité

Organisation	Représentant
Présidium	Manfred Bötsch
alpinavera	Jasmine Said Bucher
Culinarium	Urs Bolliger
« Das Beste der Region »	Hansjörg Thalmann, vice-président (depuis le 25.4.2024)
regio.garantie Romandie	Francesca Martini

Commission nationale des lignes directrices

Organisation	Représentant
ASPR	Manfred Bötsch, président ASPR (responsable)
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
Culinarium	Werner Küttel
« Das Beste der Region »	Lisa La
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat
Fédération rom. consommateurs	Barbara Pfenniger
Migros « De la région »	Erika Piller, Coopérative Migros Zurich
	Katrin Messerli, Coopérative Migros Suisse orientale
Office fédéral de l'environnement	Dr. Johann Dupuis
Réseau Suisse des parcs naturels	Erica Baumann
	Paulo Degiorgi, Parc naturel Jura vaudois
	Dominique Weissen, Réseau Suisse des parcs naturels (suppléante)
Coop « Ma Région »	Nadine Moppert (depuis le 25.4.2024)
Bio Suisse	Nina Bohn

Commission des marques

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

Secrétariat

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