COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Schwarzenbach, le 26.11.2026

ALDI SUISSE renforce l'offre BIO suisse avec «Saveurs Suisses»

ALDI SUISSE continue de développer son assortiment BIO suisse et intégrera progressivement, à partir de 2027, les produits actuels de la gamme «retour aux sources» sous la marque ombrelle «Saveurs Suisses». Avec la gamme «Saveurs Suisses BIO» ainsi créée, le discounter met clairement en avant les produits BIO suisses. ALDI SUISSE poursuit ainsi son objectif: rendre accessibles au plus grand nombre des produits alimentaires BIO suisses de qualité à des prix attractifs.

Depuis le lancement de sa marque propre BIO «retour aux sources» en 2022, ALDI SUISSE n'a cessé d'élargir son offre BIO en Suisse. La gamme, qui comptait à l'origine deux douzaines de produits, en compte désormais plus de 60; au total, près de 50 millions de produits ont été vendus. «Nous sommes fiers de ce que nous avons construit avec nos partenaires. Nous continuons désormais à développer notre offre de manière ciblée», déclare Jérôme Meyer, directeur national d'ALDI SUISSE.

Une marque ombrelle pour la qualité suisse

«Notre objectif reste inchangé: Nous voulons rendre les produits BIO suisses de qualité accessibles au plus grand nombre», précise Jérôme Meyer. À l'avenir, les produits régionaux, les produits d'origine suisse et les produits BIO suisses seront donc regroupés sous la marque «Saveurs Suisses». Les produits BIO bénéficient d'une identité propre grâce au label «Saveurs Suisses BIO» et répondent aux mêmes normes que le label Bourgeon de Bio Suisse. «Grâce à une marque ombrelle forte, nous offrons à nos clientes et clients une meilleure orientation tout en renforçant notre engagement envers la Suisse et l'agriculture locale», a déclaré M. Meyer.

Développement après une croissance fructueuse

La marque propre BIO «retour aux sources» a été créée en 2022 dans le cadre d'un projet pionnier, et l'élevage sans antibiotiques en est devenu le fleuron. La marque a connu une évolution très positive au cours des années suivantes. Parallèlement, l'expérience a montré que les flux de marchandises distincts – rendus nécessaires par l'élevage sans antibiotiques – entraînent, à mesure que les volumes augmentent (notamment pour le lait), des coûts de transformation disproportionnés. ALDI SUISSE a donc examiné, en collaboration avec ses partenaires, différentes possibilités pour développer le modèle existant sur le long terme. Il en résulte que les flux de marchandises distincts actuels ne seront plus maintenus à l'avenir. ALDI SUISSE mise plutôt sur une gamme de produits BIO suisses plus large et plus variée. Jérôme Meyer souligne à ce sujet: «Ce n'est pas que l'idée d'un label BIO avec un élevage sans antibiotiques ne fonctionne pas. Au contraire: le volet agricole fonctionne bien, la demande est au rendez-vous et les produits ont du succès. Le défi réside dans la nécessité de regrouper de plus grandes quantités et dans les coûts de transformation qui en découlent.»

Toujours ouverts aux solutions innovantes

ALDI SUISSE reste convaincu du bien-fondé des approches innovantes dans l'agriculture suisse. Cela inclut également la réduction de l'utilisation d'antibiotiques dans les élevages. Lorsque la collaboration avec d'autres acteurs du marché permet de trouver des solutions économiquement viables, ALDI SUISSE est disposée à soutenir ces solutions. «Nous avons acquis une expérience précieuse et continuons de voir un grand potentiel», déclare M. Meyer. Nous

sommes tournés vers l'avenir: Nous voulons convaincre davantage de personnes d'opter pour le BIO suisse tout en renforçant l'agriculture suisse.»

Responsabilité envers les partenaires
Le programme «retour aux sources» regroupe actuellement environ 370 exploitations agricoles spécialisées dans la production laitière, la production de viande, la culture fruitière et maraîchère. ALDI SUISSE organise la transition vers la nouvelle gamme de produits en collaboration avec toutes les parties prenantes et veille à ce que les accords existants soient mis en œuvre de manière responsable. «Nos partenaires ont largement contribué au succès de «retour aux sources». Ce partenariat et cette fiabilité resteront d'actualité pour nous lors de la prochaine étape», souligne M. Meyer.

Contact
ALDI SUISSE AG
Service de presse
Niederstettenstrasse 3
9536 Schwarzenbach
Tél.: +41 71 980 20 10
media@aldi-suisse.ch

À propos d'ALDI SUISSE

ALDI SUISSE est un détaillant suisse dont le siège social se trouve à Schwarzenbach (SG). Il fait partie du groupe d'entreprises ALDI SÜD qui possède des sites dans onze pays du monde entier. Depuis son entrée sur le marché en 2005, ALDI SUISSE ne cesse de développer son réseau de filiales dans toute la Suisse. Actuellement, l'entreprise exploite 241 filiales et emploie environ 3500 personnes. L'assortiment se distingue par une excellente qualité au meilleur prix. Dans les rayons d'ALDI, on trouve des produits suisses haut de gamme, un large choix de produits frais et des produits BIO d'une qualité exceptionnelle. De plus, ALDI SUISSE est synonyme d'équité, tant envers sa clientèle et ses partenaires qu'envers ses collaborateurs.