

COMMUNIQUÉ DE PRESSE • 24 août 2026 • Berne, Suisse

La responsabilité commence dans la terre: Zweifel remporte le Promarca Brand Sustainability Award 2026

L'industrie suisse des marques assume ses responsabilités pour un avenir durable. Avec le projet pilote « Tout commence dans le sol », Zweifel Chips & Snacks AG remporte le Promarca Brand Sustainability Award 2026 et montre comment industrie et agriculture protègent ensemble les sols et réduisent les émissions.

Neuf projets soumis, un vainqueur : Zweifel Chips & Snacks AG remporte le Promarca Brand Sustainability Award 2026 avec son projet pilote de culture régénérative de la pomme de terre. Barilla Suisse et Groupe Minoteries SA se partagent la deuxième place ex æquo, suivies d'Oatly Switzerland au 3e rang.

Des méthodes régénératives qui renforcent les sols

Avec le projet pilote sur six ans « Tout commence dans le sol », Zweifel s'associe à Inoverde, la société coopérative fenaco et AgroImpact pour miser sur la culture régénérative de la pomme de terre, afin de réduire de manière mesurable les émissions de gaz à effet de serre au sein de sa propre chaîne d'approvisionnement. Un travail du sol préservateur, une couverture végétale du sol à l'aide de mélanges d'engrais verts riches en espèces et des rotations de cultures élargies favorisent la formation d'humus, stockant ainsi le carbone dans le sol tout en renforçant la fertilité des sols et la biodiversité. En contrepartie, les producteurs reçoivent une prime climat fixe, indépendante du cours de la matière première. Dès 2025, 1 500 tonnes de pommes de terre étaient issues de ce mode de culture.

«Les pommes de terre suisses resteront à l'avenir d'une importance centrale pour nous. C'est pourquoi nous nous engageons pour des méthodes de culture qui préservent des sols fertiles, favorisent la biodiversité et rendent l'agriculture plus résiliente face aux changements climatiques. Le Promarca Brand Sustainability Award nous encourage à poursuivre cette voie et à continuer d'investir, avec nos partenaires, dans une agriculture suisse d'avenir», déclare Christoph Zweifel, CEO de Zweifel Chips & Snacks AG.

2e place (ex æquo) : Barilla Suisse SA et Groupe Minoteries SA

Barilla Suisse mise sur des contrats directs à long terme et des primes équitables pour ses producteurs de basilic, créant ainsi des partenariats fiables tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Le projet renforce également la transparence envers les consommatrices et consommateurs : un QR code apposé sur le pot de pesto permet une traçabilité complète de l'origine et de la date de récolte.

Groupe Minoteries valorise des flux secondaires jusqu'ici inexploités, comme la drêche de brasserie et le son de blé, pour la production alimentaire. Il en résulte des ingrédients de boulangerie utilisables à l'échelle industrielle, capables de remplacer jusqu'à 12 % des matières premières habituelles, tout en améliorant la valeur nutritionnelle et en préservant les ressources. Ce projet illustre de façon exemplaire comment l'économie circulaire peut se concrétiser au sein de chaînes de valeur existantes.

3e place : Oatly Switzerland AG – première « Climate Solutions Company »

Cette approche associe des mesures concrètes le long de la chaîne de valeur à des objectifs climatiques de long terme et fait de la durabilité un élément à part entière du pilotage de l'entreprise et de sa chaîne d'approvisionnement.

L'industrie des marques, moteur de l'agenda de durabilité

Avec le Promarca Brand Sustainability Award, Promarca met en lumière ce que l'industrie suisse des marques accomplit au quotidien : des contributions concrètes et mesurables tout au long de la chaîne d'approvisionnement, de l'approvisionnement en matières premières à la production, en passant par les processus en amont et en aval.

«Les marques vivent de la confiance, et la confiance naît là où les entreprises assument leurs responsabilités avant même d'y être contraintes. Les neuf projets soumis montrent que nos membres ne se contentent pas de gérer leurs chaînes d'approvisionnement, mais les réinventent sans cesse dans un esprit de responsabilité vis-à-vis des ressources. Le Award rend cet engagement visible et illustre la contribution de l'industrie des marques à la place économique suisse», déclare Barbara Castegnaro, directrice de Promarca.

[Logos et photos sont à retrouver ici](#)

Le jury d'experts

Le jury indépendant est composé d'expertes et experts reconnus en matière de durabilité

- **Babette Sigg Frank, présidente du Konsumentenforum**
- **Carina Porot, Global Sustainability Lead, IWC Schaffhausen**
- **Katrin Muff, directrice de l'Institute for Business Sustainability IBS**
- **Marco Grossmann, expert en économie circulaire**
- **Stephan Hirschi, expert en durabilité**

Le Promarca Brand Sustainability Award

Promarca, l'Association suisse des articles de marque, décerne chaque année le Promarca Brand Sustainability Award (anciennement Promarca Nachhaltigkeitsaward) à des projets, produits, concepts ou entreprises qui développent des solutions innovantes et concrètes en matière de durabilité. Un jury d'experts indépendant sélectionne les trois meilleurs projets parmi toutes les candidatures. Les entreprises distinguées reçoivent non seulement une reconnaissance méritée, mais aussi une tribune de choix pour présenter leurs initiatives à un large public ainsi qu'aux consommatrices et consommateurs.

À propos de Promarca

Promarca, l'Association suisse des articles de marque, est depuis 1929 la voix engagée des marques en Suisse. Promarca compte 104 entreprises nationales et internationales renommées parmi ses membres, représentant plus de 2150 marques. L'association œuvre pour la défense des valeurs de la marque et pour des conditions-cadres équitables pour les entreprises de marque en Suisse. Avec un chiffre d'affaires total de 14,5 milliards de francs suisses en 2025, les membres de l'association ont enregistré une hausse de 0,3 milliard de francs par rapport à l'année précédente. Les entreprises membres assurent en outre environ 30'000 emplois en Suisse et investissent continuellement dans le site économique, notamment dans l'art, la culture et le sport ainsi que dans des projets d'aide. L'industrie des articles de marque apporte ainsi une contribution importante à la compétitivité et à la stabilité de la place économique suisse.

CONTACTS

Barbara Castegnaro, directrice de Promarca
Natacha Vallette d'Osia, Public Affairs and Communications Manager

Demandes de presse par écrit à : kommunikation@promarca.ch

Promarca
Association suisse des articles de marque
Bahnhofplatz 1
3011 Berne
www.promarca.ch