

Rapport annuel

2025

Une année de transition stratégique, de recentrage et de renouveau audacieux.



Avant-propos du directeur général

Chers donateurs, chers partenaires,

Lorsque je repense à l'année 2025, j'y vois une année marquée par le courage : celui de laisser derrière soi les sentiers battus et de s'engager sur un chemin nouveau. Avec l'expédition du groupe de réflexion menée lors du premier trimestre, nous avons pris un tournant qui s'avère décisif pour toute l'initiative enraciné® : dépasser la logique de marques pour tendre vers un mouvement autonome et vrai, et dont les effets se mesurent sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Voir que notre modèle de réseaux décentralisés pour les producteurs, les NetPoints, a pris vie peu à peu, me remplit de joie. Le premier NetPoint, réalisé avec des producteurs de légumes, a connu une évolution largement positive. Cela montre que lorsque le cadre adéquat est mis en place, la responsabilité individuelle coule de source. Et c'est justement cela, l'expérience Providebit.

La décision du retrait ordonné de la forme actuelle de Food4Hope dans le domaine de l'alimentation n'a pas été facile à prendre, mais c'était la bonne décision. Malgré les crises, la société n'est pas encore prête à mettre en place un système de prévoyance personnelle, et la charge logistique pour le faire est encore trop élevée. Notre énergie est mieux investie dans les domaines où nous avons le meilleur effet de levier : dans l'agriculture revitalisante ainsi que dans la sécurité de l'approvisionnement par le moyen du blé en silo.

Nous remercions tout particulièrement notre équipe impliquée qui a soutenu cette transition avec beaucoup de conviction et d'engagement personnel, en faisant souvent le kilomètre supplémentaire. Un grand merci va également au Conseil de fondation, qui nous a conduits avec clairvoyance et qui a su prendre des décisions inconfortables lorsqu'il le fallait.

Enfin, c'est aussi grâce à tous ceux qui nous accompagnent par leur confiance, par leurs dons et par leurs réflexions communes que nous pouvons aller de l'avant. Au nom de toute la fondation, nous vous remercions chaleureusement pour votre soutien.

C'est donc avec un cœur reconnaissant, déterminé et confiant que nous envisageons 2026



Emanuel Hürlimann

Délégué du Conseil de fondation, Fondation Providebit



L'année 2025 en bref

L'année 2025 a été pour la fondation Providebit une année de transition stratégique, de recentrage et de renouveau audacieux. Un temps fort de cette année a été le déploiement de l'initiative **enraciné®**, qui a franchi une étape significative avec le lancement sur le marché de premiers produits, passant ainsi du stade d'idée à un stade concret.

L'expédition du groupe de réflexion a également marqué le premier trimestre 2025 en réunissant des professionnels de la transformation, de la vente en détail et de la vente en gros. Ensemble, nous avons pu parvenir à une clarté stratégique. Nous avons volontairement renoncé à l'idée de départ de créer une marque **enraciné®**, pour laisser place à une initiative plus autonome et plus vaste qui se distingue clairement des marques actuellement présentes sur le marché agro-alimentaire suisse.

Les **NetPoints** – groupes d'échange régionaux pour les producteurs –, après une phase de test, ont rapidement fait leurs preuves. Le premier NetPoint, comprenant des producteurs de légumes assez importants, est allé tout au long de l'année de progrès en progrès – en d'autres termes, il se passe assez bien du soutien d'**enraciné®** –, ce qui confirme la pertinence de la pensée fondatrice du modèle de réseaux décentralisés. Dès le mois de juin 2025, les premiers produits **enraciné®** faisaient leur apparition sur le marché Suisse alémanique. Cette avancée majeure a à son tour eu des retombées favorables sur le volet finances.

Dans le domaine des solutions d'approvisionnement, nous avons dû prendre une décision stratégique majeure après une minutieuse évaluation. **Food4Hope**, notre solution classique d'approvisionnement alimentaire, sera progressivement retirée dans sa forme actuelle. Nous voulons davantage mettre l'accent sur le blé en silo, sur la **farine PROVIDEBIT®**, une valeur sûre, ainsi que sur la réserve stratégique en blé. Ces domaines à la rentabilité incontestable s'avèrent également pertinents sur le long terme.

Nous avons décidé de poursuivre le projet **Seed4Hope**. Plusieurs hectares qui ont servi pour les récoltes de 2024 ont été réensemencés, et notre expérience avec les variétés de culture originale ne cesse de s'améliorer. Pour ce qui est de la communication, nous avons lancé une série de vidéos intitulée «Penser autrement avec **enraciné®**». Ce format nous permet de partager des pistes de réflexion directement issues de la pratique et d'étendre l'influence de notre fondation sur la société de manière ciblée. Nous avons également lancé une série de vidéos intitulée «Tu dis...» pour le volet **Food4Hope**.

- **enraciné® dans les filiales Aligro à partir du mois de juin**

- **réorientation stratégique de Food4Hope**

- **lancement des séries vidéo «Tu dis...» pour Food4Hope et «Penser autrement avec **enraciné®**»**

- **le premier NetPoint vole de ses propres ailes**

- **Seed4Hope se poursuit**

- **la réserve stratégique de blé est maintenue**



L'initiative enraciné®

Pour l'initiative enraciné®, l'année 2025 s'est écrite sous le signe de la réorientation stratégique, des premiers succès commerciaux et d'un réseau grandissant. L'idée structurée qui avait germé en 2024 a peu à peu pris forme en 2025, donnant lieu à de réels produits, à des partenariats authentiques ainsi qu'à une identité affirmée.

Les NetPoints font leurs preuves

Un jalon central de l'année a été la mise en place du premier NetPoint. Le projet a fait ses premiers pas avec un groupe de producteurs de légumes assez conséquents de la Suisse orientale, et il s'est rapidement avéré un succès. Les rencontres ont lieu régulièrement, jusqu'à dix fois par an, et les échanges ont rapidement évolué vers une autonomie indéniable. Ce projet, initié par enraciné®, vole aujourd'hui de ses propres ailes.

Les retours des participants sont systématiquement élogieux. L'utilité pratique évidente, de par la mise en commun des réflexions, l'apprentissage mutuel et la recherche de solutions concrètes confirment la pertinence de l'idée de départ et démontrent à quel point le modèle de réseaux décentralisés est porteur.

L'expédition du groupe de réflexion composé de transformateurs et de vendeurs : un tournant stratégique

Lors du premier trimestre 2025, une expédition d'un groupe de réflexion a engendré une réorientation stratégique décisive pour l'ensemble de l'initiative. Nous avons rassemblé des représentants de petites entreprises familiales et de grands groupes internationaux, des vendeurs au détail et des grossistes, des producteurs et des penseurs indépendants. Pour la méthode, nous avons été accompagnés par Esther 414 (www.esther414.ch), un réseau suisse pour le renouveau qui rassemble des entreprises, des innovateurs et des penseurs d'avant-garde issus de milieux variés.

Le résultat principal de cette rencontre en a été un revirement complet de notre orientation stratégique. Nous avons complètement abandonné l'idée de base de développer une marque enraciné® pour positionner plutôt enraciné® comme une initiative intégrale et la différencier clairement des marques existantes sur le marché agro-alimentaire suisse par une caractéristique distinctive unique et inimitable. Nous sommes convaincus que cette décision sera déterminante pour le développement à long-terme.

Lancement d'un réseau composé de transformateurs et de distributeurs

Sur la base des découvertes du groupe de réflexion, nous avons alors entrepris en 2025 la mise sur pieds systématique d'un réseau de transformateurs et de distributeurs. Après les premières discussions, l'intérêt – en particulier du côté des grossistes – n'a fait que s'accroître. Le réseau se développe certes progressivement, mais son orientation est claire. Nous considérons qu'il joue un rôle central dans la mise à l'échelle de l'initiative, et continuerons de le développer de manière ciblée tout au long de 2026.

Commercialisation des premiers produits enraciné®

Les premiers produits enraciné® ont fait leur entrée sur le marché suisse-allemand (dans les filiales suisses-allemandes d'Aligro) en juin 2025. La condition pour que le logo enraciné® soit apposé sur un produit est la participation conjointe de producteurs, de transformateurs et/ou de distributeurs à l'initiative, un indicateur de qualité qui souligne l'aspiration holistique de l'initiative enraciné®. Cette étape marque le passage de la phase de lancement à la phase de déploiement et elle a déjà eu des répercussions positives sur les finances de notre fondation au cours de l'année d'exercice.

«Penser autrement avec enraciné®», une nouvelle initiative de communication

L'année 2025 a également vu le lancement de la série de vidéos «Penser autrement avec enraciné®». Son intervenant principal, Emanuel Hürlimann, y partage des observations de terrain ainsi que des pistes de réflexion glanées directement dans les champs et dans les entreprises de transformation. Le format est le même que celui de «Tu dis...» : des affirmations concrètes du quotidien y sont remises en question et considérées sous un angle élargi. En parallèle, nous avons dû mettre en place l'infrastructure technique permettant la réalisation de vidéos faites maison. Nous comptons continuer à développer cette branche communicationnelle dans les années à venir.

Ajournement délibéré de deux projets numériques

Contrairement à ce qui avait été initialement planifié, nous avons délibérément dû reporter cette année deux projets de numérisation : celui d'un cockpit numérique pour les producteurs et celui d'une plateforme d'échanges intégrale. L'initiative en est encore à sa phase de développement, car les conditions et les processus ne sont pas encore assez stables pour apporter des solutions numériques qui tiennent la route. Le Conseil de fondation estime que cette décision est stratégiquement pertinente, puisqu'elle permet d'éviter des investissements à perte dans une infrastructure développée trop tôt.



PROJET

Le projet Seed4Hope

7

HECTARES ENSEMENCÉS

24'075

KG DE RÉCOLTE

Durant 2025, nous avons poursuivi le projet Seed4Hope. À partir des récoltes de l'année précédente, plusieurs hectares ont pu être réensemencés avec des variétés de blé originales. Le rendement agricole de ces tentatives est encore bien inférieur à la moyenne des variétés conventionnelles, mais si l'on considère l'effort investi, l'on remarque que ces variétés obtiennent, sans l'apport de pesticides, d'herbicides ni d'engrais, de bien meilleurs rendements que le blé conventionnel. Avec des conditions de semis identiques, la variété conventionnelle de blé était plus facilement envahie de mauvaises herbes tandis que la variété originale, elle, en était presque exempte.

Nous avons également pu enregistrer une récolte record de seigle sur les parcelles de l'année précédente. Le projet garde toute sa pertinence et il sera maintenu, toutefois sur une surface de culture légèrement réduite en termes de quantité. La proportion de seigle mêlée au reste s'est multipliée plus que la moyenne, ce qui a affecté la qualité de cuisson. Nous avons donc décidé, cette année, de renoncer à mêler du seigle à nos semences. Nous gardons cette confiance que nous pourrions mener des expériences de cuisson concluantes dès l'an prochain.



SOLUTIONS D'APPROVISIONNEMENT

Food4Hope et la farine PROVIDEBIT®

Food4Hope, une réorientation stratégique

Début 2025, Food4Hope a été soumis à une évaluation approfondie qui a clairement démontré que la mise à l'échelle attendue ne pouvait pas être atteinte, et ce en raison de trois obstacles structurels principaux. Le premier, la forte dépendance à l'égard de la conjoncture et du contexte géopolitique ; le deuxième, une sensibilité toujours faible de la population à la question de la prévoyance personnelle ; et le dernier, le coût logistique élevé du modèle utilisé jusque-là.

Dans ce contexte, le Conseil de fondation a pris la décision de retirer graduellement la forme connue de Food4Hope comme solution classique de prévoyance alimentaire. Le retrait doit s'effectuer progressivement jusqu'à la fin 2025, autrement dit, jusqu'au passage à l'exercice 2026. Les clients actuels seront soigneusement accompagnés. Le nouveau site web, plus simple, se concentre sur la réserve de blé comme produit phare, avec de premiers retours fort encourageants.

Food4Hope – «Tu dis...»

Outre la réorientation stratégique, 2025 a aussi été l'année du lancement de la série de vidéos «Tu dis». Le format se saisit de on-dits du quotidien et d'idées reçues largement répandues au sujet de la prévoyance, pour les replacer dans un contexte plus large et plus objectif. Le style est direct, simple et proche des gens. Food4Hope contribue ainsi à renforcer activement la notion de prévoyance alimentaire personnelle dans la conscience collective, tout en faisant valoir le blé en silo comme une solution simple et pertinente sur le long terme.

Priorité au blé en silo et à la réserve stratégique de blé

Dans la foulée de la réorientation, le blé en silo est devenu un produit stratégique central dans la catégorie des solutions d'approvisionnement. Sa durée de conservation élevée, le système de rotation efficace mis en place avec le moulin de Frauenbrunnen, mais aussi sa rentabilité supérieure à celle des réserves alimentaires classiques, en font une solution viable sur le long terme.

La réserve stratégique de blé de la fondation a été intentionnellement maintenue, malgré des coûts afférents élevés. Elle remplit en effet une double fonction : constituer une garantie physique destinée aux futurs achats de la clientèle, et fournir une réserve tactique en cas de crise. Le moulin de Frauenbrunnen assure une rotation permanente des stocks, permettant ainsi au grain entreposé de rester commercialisable en tout temps.

Le Conseil de fondation maintient délibérément cette ligne de conduite : dans un monde où les risques d'approvisionnement ne font qu'augmenter, garantir un accès à des denrées de base résilient aux crises est une affaire de responsabilité.

La farine PROVIDEBIT® demeure polyvalente, appréciée et éprouvée

La farine PROVIDEBIT® continue d'enregistrer des ventes stables et constantes. Cette farine polyvalente, avec un degré de mouture de 80 % et développée en collaboration avec le moulin de Frauenbrunnen, est disponible à l'achat dans toutes les filiales Aligro et est bien appréciée tant des clients privés que des professionnels. Pour 2026, nous prévoyons une expansion ciblée, avec entre autres différents formats de conditionnement, ainsi qu'une promotion accrue. Intimement liée à nos réserves de blé, la farine PROVIDEBIT® convainc en alliant qualité, durabilité et préservation des ressources – puisqu'aucun aliment n'est perdu.



P E R S P E C T I V E S D ' A V E N I R

Prévisions 2026

enraciné®

Mise à l'échelle et consolidation : développer de nouveaux NetPoints, gagner de nouveaux transformateurs et distributeurs ; mener des analyses de sol auprès d'exploitations pilotes avec le test de laboratoire SoilBalance et le Living Soil Score – les coûts de la première mesure sont pris en charge par la fondation. Du côté de la communication, développer l'initiative «Penser autrement avec enraciné®». Évaluer un site agricole pilote qui puisse aussi servir de site de formation, d'apprentissage et de rencontres.

Food4Hope

Food4Hope se poursuit dans sa nouvelle forme allégée, avec l'accent mis sur la réserve de blé comme produit phare. La sortie progressive du système de prévoyance classique se termine à l'exercice 2026. La farine PROVIDEBIT® évolue, avec différents formats de conditionnement et des campagnes de promotion ciblées.

Seed4Hope

Les expériences menées avec des variétés de blé originales se poursuivront en 2026. L'accent est mis sur de premiers essais de panification. Une première, nous avons pu trier le seigle grâce à des procédés techniques et semer sans apport de seigle. Seed4Hope reste étroitement lié à enraciné® sur le plan stratégique : des sols sains vont de pair avec des semences adaptées au terroir.

Partenariats et responsabilité commune

Ce n'est pas en faisant cavalier seul que nous mènerons à bien notre vision. Nous cherchons activement à collaborer avec des entreprises et des organisations prêtes à saisir à bras le corps leur responsabilité sociétale. Et ce, à travers des partenariats à long terme, du sponsoring ciblé ou le développement de projets communs. En 2025, les partenariats existants se sont avérés solides.

Les yeux fixés sur l'objectif, avec une stratégie renforcée et un réseau croissant, l'équipe de la fondation Providebit envisage 2026 avec confiance et détermination.



NOUS CONTACTER

Coordonnées de contact & informations commerciales

Contact

Emanuel Hürlimann

Délégué du Conseil de fondation / Directeur général

emanuel@providebit.org

Tel. 041 521 15 16

www.providebit.org

Adresse postale

Fondation Providebit
6052 Hergiswil NW

Secrétariat

Fondation Providebit
Landschau 12
6276 Hohenrain LU

Siège juridique

Fondation Providebit
c/o Dominique Demarex
Steinrütistrasse 6
6052 Hergiswil NW
CHE-349.099.449

