

quand les paysans récoltent des parfums



est-il possible en suisse de produire des huiles essentielles, de les transformer avec succès en produits de soins corporels et de les commercialiser? c'est à cette question que répond suissences. cette entreprise organisée en coopérative, qui a son siège à wangen an der aare (BE), ouvre de nouveaux débouchés à l'agriculture suisse avec sa production insolite. pour pouvoir s'internationaliser et professionnaliser son marketing, l'entreprise a bénéficié du soutien de la NPR pour un projet étalé sur trois ans.

PIRMIN SCHILLIGER — LUGERNE

suissences a vu le jour lors d'une soirée sauna en janvier 2005 : neuf paysans suivaient et refaisaient le monde dans la ferme de Fritz Hess, à Wangen an der Aare, par exemple au sujet de l'agriculture suisse. L'huile d'aiguilles de pin finlandaise qui confère son parfum épicé à la vapeur du sauna leur a donné une idée : pourquoi ne pas produire eux-mêmes des huiles essentielles ? « Dans la chaleur fumante, nous apercevions déjà des champs de lavande en fleurs. Nous nous voyions déjà producteurs de parfums de luxe », se souvient Fritz Hess, le directeur de suissences. L'idée audacieuse survécut à la douche froide qui suivit la séance de sauna, puisque les agriculteurs se mirent sans tarder à réaliser leur idée.

Premier succès et désillusion

« En fait, nous ne savions rien du tout », constate rétrospectivement Fritz Hess. Les neuf s'informèrent donc sur Internet au sujet des plantes aromatiques et de leur culture. Au printemps, ils lancèrent de premiers essais avec de la mélisse, de l'achillée, de l'hysope et de la sauge sclarée. Les cultures poussèrent magnifiquement et ils purent engranger une première récolte. Pour la transformation, ils louèrent une installation de distillation, firent des tests et trouvèrent bientôt comment faire : les premières gouttes d'une essence au parfum envoûtant coulèrent de l'alambic. La joie d'avoir réussi l'essai fut suivie du dégrisement : « Les prix offerts par les acheteurs ne couvrait même pas les coûts de production », selon Fritz Hess.

Le projet menaçait d'échouer avant d'avoir vraiment démarré. Comment compenser le handicap du prix trop élevé de la production des matières premières en Suisse ? Peut-être en prenant soi-même en main la transformation des huiles essentielles en produits finis et leur commercialisation ? Les paysans discutèrent du modèle commercial adéquat avec la participation d'une experte, la biologiste Brigitte Schulthess, responsable du développement des parfums auprès du leader des cosmétiques naturels Weleda.

Le projet se concrétisa grâce à une nouvelle idée de génie : utiliser de l'huile de colza pressée à froid comme substance de base pour les produits de soins – une nouveauté dans la fabrication des cosmétiques, mais nullement aberrante. « L'huile de colza renferme les mêmes acides gras non saturés que les lipides naturels de la peau », selon Brigitte Schulthess.

création de l'entreprise et prix de l'innovation

Les agriculteurs créèrent alors une entreprise. Brigitte Schulthess prit en charge la direction technique et devint sociétaire. En automne 2006, suissessences put lancer ses trois premiers produits et fit sensation au point de se voir décerner, un an plus tard, le « Prix suisse de l'innovation agricole ». Le jury

avait estimé que ce projet constituait un modèle exemplaire de développement de nouvelles sources de revenus dans l'agriculture.

Les agriculteurs ont développé leur entreprise pas à pas. Avec le soutien d'une agence, ils lui ont donné une présence publicitaire professionnelle. Ils ont ouvert des canaux de vente dans le commerce de détail et sur Internet. Sept ans après le démarrage, leur gamme comprend une douzaine de produits de soins corporels et de parfums d'ambiance. Leurs crèmes, huiles, gels et lotions sont en vente dans des pharmacies et des drogueries de toute la Suisse. Mais les paysans écoulent les quatre cinquièmes de leur production en vente directe. Les participations aux foires, par exemple à l'OLMA ou à la BEA, avec distillation sur place, constituent une importante plate-forme de commercialisation.



Fritz Hess (à gauche) et Hansruedi Kopp

Fritz Hess (links) und Hansruedi Kopp

Fritz Hess (a sinistra) e Hansruedi Kopp

d KURZFASSUNG

wenn bauern Däfte ernten

Die als Genossenschaft organisierte Firma suissessences mit Sitz im bernischen Wangen an der Aare stellt ätherische Öle her und verarbeitet sie zu Körperpflegeprodukten. Hinter dem Unternehmen stehen neun initiative Bauern. Die Ursprungsidee für das Vorhaben wurde in geselliger Runde im Rahmen eines Männerabends in der Sauna geboren. Erste Anbauversuche mit Zitronenmelisse, Schafgarbe, Ysop und Muskatellersalbei sowie die Destillation zu ätherischen Ölen waren zwar durchwegs erfolgreich, doch die

Rohstoffherstellung allein war nicht wirtschaftlich. Auf der Suche nach einem profitablen Geschäftsmodell und unter Mitwirkung einer Expertin im Bereich Duftentwicklung entschlossen sich die Bauern, die ätherischen Öle selbst zu kosmetischen Produkten weiterzuverarbeiten. Seit sieben Jahren sind sie nun mit einem Sortiment von rund einem Dutzend Körperpflegeprodukten auf dem Markt. Das Unternehmen, das der Schweizer Landwirtschaft neue Erwerbsmöglichkeiten aufzeigt, wurde 2007 mit dem Schweizer «Agro-Innovationspreis» ausgezeichnet. In den letzten Jahren verstärkte suissessences die Bemühungen, auch in den europäischen Nachbarländern Fuss zu fassen. Dazu wurde ein NRP-Projekt initiiert. Für den Zeitraum 2010 bis 2012 erhielt die

Genossenschaft 260 000 Franken à fonds perdu zugesprochen. Die Mittel wurden verwendet, um die für die Zulassung im EU-Raum aufwendigen Dossiers zu erstellen und gezielt den deutschen Markt zu erschliessen. Eine beträchtliche Menge ihrer Ernte können die Bauern nach Übersee liefern, an die Luxushotelkette Swissôtel mit Hauptsitz in Toronto. Wirtschaftlich haben sich die Bauern mit der Kosmetik einen Zusatzverdienst erschlossen, der bezogen auf die Anbaufläche inzwischen mindestens so rentabel ist wie der Getreideanbau. \\\

www.suissessences.ch

Die vollständige Fassung des Artikels finden Sie auf regiosuisse.ch.

suissesses est devenue une remarquable « success story ». « Il y a énormément de travail là-dedans », signale Fritz Hess. « Pour chacun d'entre nous, il s'est agi d'apprendre par expérimentation. » Certes, ils ont souvent dû apprendre à leurs dépens pour monter leur entreprise. Mais ils ont aussi opéré beaucoup de bons choix du premier coup. La stratégie de se limiter à des matières premières suisses a par exemple fait ses preuves. Elle restreint certes le choix, mais garantit la « suissitude », à 100 pour cent. Aujourd'hui, les huiles essentielles sont aussi produites à partir de lavande, de menthe et de mélisse. À cela s'ajoutent les huiles d'aiguilles d'épicéa, de douglas et de sapin blanc. Depuis mi-2011, les cultures d'herbes aromatiques sont certifiées conformément à l'ordonnance suisse sur l'agriculture biologique.

Expansion grâce au Canada et à la NPR

« Nous avons agi avec pragmatisme et eu parfois simplement de la chance », dit Fritz Hess pour expliquer leur succès. La chance s'est aussi manifestée lorsque l'ancien chef de vente du groupe cosmétique Louis Widmer est un jour tombé par hasard sur une promotion et a ouvert aux paysans les portes du commerce spécialisé. Le mandat pour la chaîne d'hôtels de luxe Swissôtel, qui a son siège principal à Toronto, leur a même donné l'impression d'avoir tiré le gros lot. Cette chaîne cherchait pour ses cinq-étoiles répartis dans le monde entier une identité olfactive, une note unique pour sa ligne maison de soins et de bien-être. Les managers souhaitaient du « Swiss made » à 100 pour cent. Brigitte Schulthess a créé un parfum qui a tout de suite enthousiasmé les Canadiens. Depuis lors, les paysans peuvent livrer outre-mer une part considérable de leur récolte.

À part cette grosse commande, le marché étranger s'est toutefois révélé difficile à conquérir. L'exportation vers l'UE implique une importante paperasserie. Tous les produits de soins doivent être testés, documentés, étiquetés et réemballés conformément aux prescriptions de Bruxelles. À la recherche de possibilités de couvrir ces charges supplémentaires, les agriculteurs ont contacté l'Office de l'agriculture du canton de Berne et la Promotion économique cantonale. Un projet NPR a finalement été lancé grâce à l'entremise de ces services. Pour la période de 2010 à 2012, la coopérative s'est vu attribuer 260 000 francs à fonds perdu afin d'élaborer les dossiers nécessaires pour l'UE. Des fonds ont également été investis dans le déve-

loppement du marché allemand. suissesses s'est présentée dans des Salons à Hambourg et à Hanovre et coopère maintenant avec un partenaire allemand pour la logistique et la distribution.

Avec les huiles essentielles, les paysans se sont créé un revenu supplémentaire au moins aussi rentable que les cultures céréalières en termes de surface cultivée. Le modèle commercial qui consiste à externaliser le moins possible d'étapes de travail contribue de manière décisive au succès. Mais il ne fonctionne pas sans division du travail: des partenaires de Soleure, d'Oberdiessbach et de Sumiswald assurent la présence sur le marché, le remplissage automatisé et l'emballage approprié. Toute la création de valeur ajoutée reste néanmoins dans la région. « Certes, les huiles essentielles ne sont aujourd'hui rien de plus qu'une activité accessoire », concède Fritz Hess. « Mais notre objectif reste d'en faire un pilier agricole solide. » \

www.suissesses.ch



SINTESI

quando i contadini raccolgono profumi

suissesses è una cooperativa con sede a Wangen an der Aare, nel Cantone di Berna, che produce oli essenziali e li utilizza nella fabbricazione di prodotti per la cura del corpo. L'azienda, creata da nove contadini pieni di iniziativa, è nata da un'idea buttata là durante una «serata per soli uomini» in sauna. I primi tentativi di coltivare citronella, achillea, issopo e erba moscatella e di distillarle per ottenere oli essenziali hanno dato subito buoni risultati, ma la produzione di materie prime da sola non era economicamente interessante. Alla ri-

cerca di un'attività più redditizia e grazie alla collaborazione con un'esperta di profumi, i contadini hanno quindi deciso di lanciarsi anche nella produzione di cosmetici partendo dagli oli essenziali di loro fabbricazione. Da sette anni sono presenti sul mercato con una dozzina di prodotti. L'azienda, insignita nel 2007 del premio svizzero per l'innovazione in agricoltura, mostra al settore che esistono nuove possibilità di reddito. Negli ultimi anni suissesses ha intensificato i propri sforzi per imporsi anche sui mercati dei paesi limitrofi. A tal fine ha lanciato un progetto NPR che le ha assicurato un contributo a fondo perso di 260 000 franchi per la durata di tre anni, dal 2010 al 2012, utilizzati per allestire l'incartamento in vista dell'omologazione dei prodotti per lo spazio UE e ottenere così l'ac-

cesso al mercato tedesco. suissesses spedisce oltreoceano una parte considerevole del raccolto. Tra i principali clienti vanta la catena di alberghi di lusso Swissôtel con sede a Toronto, che utilizza queste essenze per la propria linea di wellness e cura per il corpo. Dal punto di vista economico i contadini si sono assicurati un introito supplementare che, rapportato alla superficie coltivata, ha raggiunto una redditività pari almeno a quella dei cereali. \

www.suissesses.ch

Fritz et Christoph Hess

Fritz und Christoph Hess

Fritz e Christoph Hess