Plus que des roses

Agrotropic a une raison de faire la fête: En septembre, il y a 50 ans, Bernhard Bürgisser posait au Kenya les bases de l'entreprise actuelle. Tout a commencé par un safari.

Laquelle fleurit le plus longtemps? Dans la salle de test, le parcours des fleurs, de leur arrivée jusqu'au client final, est simulé et leur qualité évaluée.

FICHE SIGNALÉTIQUE

Agrotropic AG

Adresse: **Florastrasse 6, 8156 Oberhasli ZH**
Direction: **Matthias Haudenschild**
Président du conseil d'administration: **Valentin Bürgisser**
Personnel: **50**

>agrotropic.ch



Les roses sont soigneusement contrôlées et emballées sur le tapis roulant.

TEXTE ET PHOTOS **Erika Jüsi**

Dans la halle de production lumineuse d'Agrotropic, les collaborateurs sortent délicatement de leurs cartons les roses encore fraîches, les secouent légèrement, les examinent et les glissent dans le bon emballage plastique. Les fleurs ont parcouru un long chemin: elles ont poussé dans les hauts plateaux du Kenya ou de l'Équateur et ont été acheminées par avion vers la Suisse après leur récolte, dans des conditions réfrigérées. Sur de grands écrans placés au-dessus du tapis roulant, sur lequel les bottes sont déposées après le contrôle qualité, les détails de la commande s'affichent, avec les quantités prévues constamment actualisées. Des machines se chargent de recouper les tiges, de fermer les emballages et d'apposer les étiquettes. À l'extrémité du tapis, les logos de Coop ou de Migros ainsi que le label Fairtrade apparaissent sur les bottes. Les deux grands distributeurs sont des acheteurs Fairtrade et des clients d'Agrotropic de la première heure, c'est-à-dire depuis 50 ans.

Tout a commencé par un job d'étudiant

Comment se fait-il que la majorité des roses importées d'outre-mer arrivent ici, dans l'Oberhasli rural, à proximité de l'aéroport de Zurich? Valentin Bürgisser le sait. Âgé de 42 ans, il est responsable informatique et président du conseil d'administration d'Agrotropic, et le fils du fondateur Bernhard Bürgisser, décédé en 2020. L'histoire commence au début des années 1970, pendant les études d'économie de ce dernier. Beat Frey, un ami et camarade d'études, organisait des safaris au Kenya et trouva en Bürgisser un guide de voyage et de safari passionné. Grâce à leurs liens de longue date avec ce pays d'Afrique de l'Est, les deux amis virent la culture florale locale prendre son essor. Frey mit Bürgisser en contact avec un investisseur et, en 1976, celui-ci fonda une entreprise afin de financer ses études complémentaires d'ingénieur forestier grâce à l'importation de fleurs. Son père était déjà un peu «vert» à l'époque, raconte Valentin Bürgisser. Il appréciait le fait qu'aucun produit phytosanitaire ne soit utilisé en forêt.

Après ses études, les postes pour les ingénieurs forestiers étaient rares et Agrotropic était rentable. Bürgisser se consacra donc entièrement aux fleurs d'outre-mer. À partir de 1990, il ne se contenta plus de les redistribuer, mais les déballait, recoupait les tiges et les livrait dans l'eau aux grossistes et aux grands distributeurs Coop et Migros. Aux fleurs



Après chaque étape de travail, les fleurs sont remises au frais le plus rapidement possible.

des hauts plateaux kenyans s'ajouta bientôt du feuillage coupé du Sri Lanka. Bürgisser eut de la chance: le palmier Butterfly devint un véritable succès en Allemagne et permit à sa ferme Tropiflora Sri Lanka de démarrer sur les chapeaux de roue. En 1983, il fonda avec Beat Frey le magasin de fleurs Blume 2000. Le concept déjà établi en Allemagne ne se transposa toutefois pas aussi facilement en Suisse et devint Blume 3000. L'entreprise est installée dans le même bâtiment qu'Agrotropic. Toutes les roses proposées dans ses onze points de vente sont certifiées Fairtrade.

Une branche sensible aux prix

Dès les années 1980, le fondateur d'Agrotropic était sensibilisé à l'utilisation des produits phytosanitaires. Lorsque ceux-ci firent davantage parler d'eux sous le terme générique de pesticides dans les années 1990, Bürgisser fut invité à une table ronde sur le sujet. Il reprocha aux organisateurs, des organisations non gouvernementales suisses, de dénigrer les producteurs de manière générale sans être en mesure de dire quelle serait une pratique acceptable. Un groupe de travail fut alors créé avec des représentants d'Agrotropic, de Max Havelaar, de Migros et de Caritas. C'est au cours de ces réunions que furent élaborés les critères d'un label Max Havelaar pour les fleurs – jusqu'alors, seuls des produits alimentaires tels que les bananes, le chocolat et le café issus de petits producteurs pouvaient être certifiés. En 2000, le label put être introduit grâce aux nombreux efforts de persuasion de Bernhard Bürgisser. Il œuvre encore aujourd'hui à améliorer les conditions de travail outre-mer et comprend une longue liste de substances chimiques interdites.

Selon Valentin Bürgisser, Agrotropic s'approvisionne aujourd'hui à environ 80% de sa gamme totale de produits auprès de fermes certifiées Fairtrade. Les roses destinées aux détaillants sont certifiées Fairtrade à près de 100%, tandis que la proportion est infime dans le commerce spécialisé – à l'exception de Blume 3000. Il est difficile de convaincre les fleuristes d'acheter des fleurs Fairtrade, explique Bürgisser. «Le rôle de pionniers joué par Migros et Coop peut d'abord en décourager beaucoup, et c'est dommage.» Le prix d'achat légèrement plus élevé permet en effet de faire beaucoup de bien. «Nous constatons que le consommateur final est tout à fait disposé à payer davantage pour une production responsable. Les fleurs Fairtrade peuvent ainsi aussi avoir une influence positive sur la rentabilité des commerces spécialisés.»

En raison de la faible demande, Agrotropic propose davantage de produits non Fairtrade et de fleurs provenant d'autres régions de production dans les bourses aux fleurs. «Nous veillons également aux conditions de production dans ce cas et recherchons des variétés particulières», explique Bürgisser. Avec la reprise de Romandieflor fin 2024, Agrotropic s'est lancée dans le commerce de gros en Suisse romande. La production suisse a ainsi également gagné en importance. Pour l'heure, des optimisations, restructurations et transformations sont en cours sur place, explique Valentin Bürgisser. Les roses d'outre-mer représentent aujourd'hui environ 75% du chiffre d'affaires total d'Agrotropic.

Engagement en Suisse

Agrotropic soutient les conditions de travail dans les pays de production. Mais au siège,



À l'extrémité du tapis roulant, les bottes terminées sont encore une fois contrôlées et disposées dans l'eau sur des chariots.



1



2



3



4

1 Valentin Bürgisser avec des conteneurs réutilisables portant trois logos différents d'Agrotropic, ce qui montre qu'ils sont utilisés depuis des décennies. **2** Le carton est pressé en bottes et part au recyclage. Il en va de même, après un tri minutieux, pour les déchets plastiques. **3** Aferdita Balaj change le rouleau d'étiquettes. **4** Les caisses Cargolite sont spécialement conçues pour le transport des fleurs. Grâce aux billes intégrées, elles glissent facilement sur les rayonnages inclinés.



Le siège principal d'Agrotropic à Oberhasli ZH

l'entreprise prend également sa responsabilité sociale au sérieux. Deux fois par jour, les collaborateurs bénéficient d'une pause de cinq minutes consacrée à la gymnastique. Celle-ci est très appréciée, selon Bürgisser. À Noël, à la Saint-Valentin et à la fête des Mères, lorsque les journées de travail sont longues, un repas chaud est proposé à midi et le soir dans la grande cafétéria lumineuse.

Le bâtiment, achevé en 2017, répond au standard Minergie. Une installation photovoltaïque produit de l'électricité, une chaudière à copeaux de bois fournit la chaleur et un système de brumisation neutre en CO2 assure des températures fraîches en été. Des presses à plastique et à carton ainsi qu'une benne à déchets verts permettent de réduire la part des déchets résiduels. Agrotropic exploite en outre la plus grande banque de données sur les roses de Suisse: dans une salle de test, les conditions, de l'arrivée chez Agrotropic jusqu'au client final, sont simulées et la floraison ainsi que la durée de vie des différentes fleurs sont enregistrées. Elle devrait être accessible en ligne à partir de 2027.

Valentin Bürgisser travaille chez Agrotropic depuis plus de 25 ans, depuis qu'à 14 ans, il emballait des roses pendant les vacances d'été. Aujourd'hui, il est responsable de l'informatique, sa passion. En 2014, il avait repris la direction de l'entreprise de son père, mais après quatre ans et demi, il a décidé que ce rôle ne lui convenait pas. «Mon père a certes été surpris, mais il m'a aussi beaucoup soutenu.» De manière générale, les relations familiales ont toujours été très belles et étroites. En 2018, Matthias Haudenschild, collaborateur de longue date, lui a donc succédé. L'une des deux sœurs de Valentin Bürgisser, Nora Bürgisser, siège elle aussi au conseil d'administration et est active dans les affaires opérationnelles en tant qu'assistante de direction.

Agrotropic a fêté son anniversaire d'entreprise avec l'ensemble de ses collaborateurs dans la savane de Lewa au zoo de Zurich – une image qui fait sens puisque son histoire a pour ainsi dire commencé lors d'un safari au Kenya. Et pour soutenir la relève et donc la branche, l'entreprise a envoyé, durant le mois anniversaire de septembre, des colis de fleurs à tous les cours interentreprises des apprentis fleuristes ♣

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Mehr als Rosen» de Fleuriste 10/2026 a été réalisée avec l'aide de ChatGPT.

Annonce



Ne plus rien manquer!

Le magazine spécialisé Fleuriste vous livre chaque mois les informations importantes en rapport avec la profession et le secteur de l'art floral, directement chez vous. Abonnez-vous dès maintenant (et recevez un cadeau) ou profitez d'un numéro découverte.



Sac en tissu imprimé, 100 % coton, 36 x 38 cm

S'abonner maintenant!

Abonnez-vous pour ne plus rien manquer. L'abonnement annuel* coûte 145 francs. Vous pouvez également opter pour une adhésion «plus» à l'association professionnelle chez Florist.ch: vous profitez ainsi d'une adhésion et d'un abonnement au prix de 180 francs par an. Vous trouverez de plus amples informations sur le site Web florist.ch. Quel que soit votre choix, vous recevrez un sac en tissu imprimé 100% coton, 36×38 cm.

*Sous réserve de modifications de prix. L'abonnement est automatiquement prolongé d'un an s'il n'est pas résilié par écrit avant la fin de l'année (31.12).