

## Start-ups bio

- 6 Attention, prêts, bio!  
8 Des innovations et des idéalistes – trois portraits

### Agriculture

- 12 Noctuelle de la tomate Un hôte estival indésirable  
14 Émissions d'odeurs Eloigner la production animale  
17 Vulgarisation du FiBL  
18 Taxes d'incitation Pour une utilisation efficiente des ressources  
20 Formation professionnelle Examen professionnel bio: Le but est défini

### Transformation et commerce

- 21 Marchés et prix  
22 Transformation d'aromatiques Les spiritueux selon Gyger

### Bio Suisse et FiBL

- 24 Nouvelles Bio Suisse  
25 Distinction Un Bernois gagne le Grand Prix  
26 Assemblée des délégués L'AD d'automne  
27 Nouvelles FiBL  
28 FiBL France Périodes sèches à l'ordre du jour  
30 Agenda/Petites annonces

Impressum	Magazine Bioactualités 34 <sup>ème</sup> année, N°10   25, 19, 12, 2025
Éditeurs	Bio Suisse, Peter Merian-Strasse 34, 4052 Bâle, <a href="http://www.bio-suisse.ch">www.bio-suisse.ch</a> FiBL, Institut de recherche de l'agriculture biologique FiBL, Ackerstrasse 113, Postfach 219, 5070 Frick, <a href="http://www.fibl.org">www.fibl.org</a>
Rédaction	René Schulte (réd. en chef, <i>schu</i> ), Katrin Erfurt (adj., <i>ke</i> ), Jeremias Lütold (adj., <i>jlu</i> ), Verena Bühl ( <i>vb</i> ), Emma Homère ( <i>emh</i> ), Theresa Rebholz ( <i>tre</i> ) <a href="mailto:magazine@bioactualites.ch">magazine@bioactualites.ch</a> +41 61 204 66 36
Traduction Publicité	Manuel Perret Christina Murer <a href="mailto:publicite@bioactualites.ch">publicite@bioactualites.ch</a> / +41 62 865 72 45
Édition	Petra Schwinghammer <a href="mailto:edition@bioactualites.ch">edition@bioactualites.ch</a> / +41 61 204 66 66

**Édition numérique**  
Utilisateur: bioactualites-10  
Mot de passe: Ba10-2025  
[www.bioactualites.ch/magazine](http://www.bioactualites.ch/magazine)

**Photo de couverture:** Le jeune entrepreneur Juval Kürzi a créé sa start-up Wild Foods il y a cinq ans, et depuis lors ses affaires progressent. Photo: Christoph Kaminski

## Créer sa propre société?

Il y a bientôt dix ans, quand je me trouvais entre deux jobs, je me suis décidé à créer une société en nom propre. Dans mes bagages j'avais déjà trois clients, un bon réseau de relations et 15 ans d'expériences professionnelles qui allaient de la publicité au journalisme. La société devait devenir une seconde corde à mon arc, un revenu accessoire indépendant. Qu'est-ce qui pouvait aller de travers?

J'avoue que j'étais un entrepreneur paresseux et que je m'efforçais sans conviction de trouver de nouveaux mandats. Mon revenu principal me permettait cette nonchalance. Je n'en ai que plus de respect pour tous les entrepreneurs, entrepreneuses et indépendants qui se débrouillent et suivent avec passion, motivation et engagement leur vision, leur rêve, prennent des risques et se passionnent pour leurs produits. D'autant plus s'il s'agit de jeunes gens (ou qui le sont restés) qui positionnent leur activité dans un secteur alimentaire très complexe et coincé par les prix et qui en plus, misent à fond sur le bio.

Nous nous sommes demandé ce qui les fait avancer et ce que ça signifie d'être une start-up bio à l'heure actuelle (articles de fond à partir de la page 6). Nous avons pour cela visité trois entreprises transformatrices et commerciales millésimées en 2020, 2021 et 2025 et demandé à leurs fondatrices et fondateurs quels étaient leurs buts, leurs motivations et leurs défis. Conclusion: La motivation ne suffit pas, il faut aussi une bonne dose d'idéalisme – et beaucoup de persévérance.

Ma société n'existe du reste plus. Après six ans, j'ai abandonné – je ne suis pas un entrepreneur pur sang mais plutôt du type employé.



René Schulte  
Rédacteur en chef