



So lokal wie möglich: Rahel Fässler auf einem der beiden Blumenfelder zum Selberschneiden in Zuzwil.
Priorité au local: Rahel Fässler dans l'un des deux champs de fleurs à couper soi-même, à Zuzwil.

schweisst zusammen!», meint Rahel Fässler. Sie habe bis jetzt immer Glück gehabt und gute Leute gefunden. Der letzte Zuwachs ist Katja Lüönd, welche im September angefangen hat. Rahel Fässler motiviert ihre Mitarbeitenden, sich weiterzubilden und gibt ihnen frei dafür. Ihre jetzige Lernende – es ist schon ihre siebte

– darf einen Samstag im Monat freinehmen, und auch die Floristinnen sollen das ab und zu dürfen. Wenn jemand früher gehen oder über Mittag länger Pause machen will, sei das kein Problem. «Wir müssen flexibel bleiben als Arbeitgebende.» Am Mittwoch bleibt das Geschäft geschlossen. Dann kommt die Selbst-



SENSIBILISER LA CLIENTÈLE AVEC DES FLEURS DES CHAMPS

J'avais le thème de la durabilité en tête depuis longtemps», dit Rahel Fässler, «mais je le repoussais.» En fait, elle n'a pas le temps de s'en occuper maintenant non plus, mais lorsque l'appel d'offres pour la communauté a été lancé, elle s'est quand même inscrite. Se pencher sur le sujet avec d'autres personnes l'a séduite. «Les journées de cours incitent à remettre en question ses propres actions», dit-elle. Et lorsqu'elle parle de ce qu'elle a appris dans son entreprise, ses collaborateurs sont tout ouïe et soutiennent avec enthousiasme les mesures qui en découlent. Dans le cadre de la communauté, ils mettent en œuvre un projet de durabilité concret dans la Bluemewerkstatt. En témoigne un grand panneau qui vante et énumère des fleurs suisses avec l'écriture artistique de Michaela. Un autre panneau a déjà été commandé.

«Depuis ce printemps, nous complétons l'offre suisse de notre intermédiaire et des bourses avec des fleurs provenant directement des champs, de deux champs pour être précis.» Elle s'est renseignée auprès de deux cultivateurs de fleurs de Zuzwil qui proposent des fleurs à couper soi-même et peut aller couper selon ses besoins. Le défi est qu'il n'y a pas toujours tout ou pas assez de ce dont nous avons besoin. Nous devons être très flexibles». Le deuxième grand défi est que sa clientèle ne semble pas s'intéresser beaucoup à la provenance des fleurs. «Mon objectif est de les sensibiliser au fait qu'il existe des fleurs et des produits plus ou moins durables.» Pour en savoir plus sur la communauté de la durabilité, voir page 18.

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Mit Blumen vom Feld die Kundschaft sensibilisieren» de Fleuriste 10/2024 a été réalisée avec Deepl.