



Remarquable: un présentoir spécialement conçu est utilisé pour la présentation.

Produits de niche pour le commerce spécialisé

La concurrence et le changement sont des thèmes permanents pour les entreprises. Au lieu de serrer les poings dans leurs poches, ce sont des idées créatives qui sont demandées. La Blumenbörse Schweiz a lancé un projet qui agit sur plusieurs niveaux à la fois.

TEXTE **Regula Lienin** PHOTOS **Regula Lienin, zVg**

Les plantes et fleurs coupées suisses sont très demandées par la clientèle. Mais plusieurs défis doivent être relevés du côté des producteurs: la concurrence étrangère, la guerre des prix, le manque de personnel (voir aussi le portrait en page 36). Il est désormais bien connu que les produits cultivés localement pour-

raient être encore mieux valorisés, car la production suisse constitue un véritable argument de vente. Les producteurs et le commerce spécialisé sont donc sollicités à parts égales. Coop, Migros et consorts ont élargi en continu leur assortiment de fleurs et de plantes ces dernières années. On n'y vend plus seulement des tulipes d'Ams-

terdam, mais aussi des produits suisses – à des prix imbattables. Que faire alors? Comment renforcer les producteurs locaux et le commerce spécialisé? C'est ici que les bourses aux fleurs entrent en jeu. En tant qu'acheteuses, elles entretiennent un contact étroit à la fois avec les producteurs et avec le commerce spécialisé.

La Blumenbörse Schweiz a lancé ce qu'elle appelle une plateforme d'innovation. Quelle est l'idée derrière ce projet?

Suena Krähenbühl: Lors de sa réunion annuelle de l'année dernière, le conseil d'administration et la direction ont décidé de créer un outil pour rendre les surfaces de vente plus attractives. Nous sommes avant tout un marché de retrait et souhai-



Suena Krähenbühl est responsable marketing et ventes ainsi que membre de la direction.

tons offrir de l'inspiration à notre clientèle – avec des nouveautés et des produits de niche. En même temps, nous voulons renforcer les dernières pépinières parmi nos coopérateurs. Car ce sont elles qui produisent pour nous ces produits de niche.

Comment avez-vous procédé?

À la fin de l'année dernière, nous avons invité nos collaborateurs ainsi que les coopérateurs à soumettre leurs idées. Les consignes étaient volontairement peu contraignantes, afin de simplement récolter un maximum de propositions. Nous en avons reçu 140. Un groupe de travail interne les a ensuite évaluées en fonction de leur faisabilité et de leur potentiel sur le marché. Il était important pour nous d'impliquer les collaborateurs et les responsables de département, car ce sont eux qui doivent être convaincus par le produit sur le terrain. S'ils ne le sont pas, ou s'ils ne comprennent pas la réflexion derrière, cela ne peut pas fonctionner. Il fallait aussi clarifier que la responsabilité de la mise en œuvre concrète des idées ne leur incombe pas, mais bien à la direction.

Et ensuite, comment cela s'est-il poursuivi?

En janvier, nous avons contacté les producteurs. Nous savions que si nous voulions démarrer cette année, il fallait aller vite. Une production doit être planifiée en amont, et une fois la saison lancée, plus personne n'a de temps. En mai, nous avons mis en vente le premier produit à Wangen: la *Gilia capitata*. Mais à ce moment-là, nous n'étions pas encore tout à fait prêts. C'est en août que nous avons pu présenter de manière optimale le *Cardiospermum* – avec le slogan «Unique – ächt andersch», les autocollants «Us dä Schwiiz» et le présentoir spécialement conçu à cet effet.

Qu'est-ce qui rend ces produits uniques avec ce slogan? À quel point sont-ils vraiment exclusifs?

Les produits vendus sous ce slogan sont exclusivement cultivés pour le commerce spécialisé. Nous avons conclu un accord avec les producteurs participants. Celui-ci prévoit une garantie d'achat et stipule que les produits sont proposés exclusivement à la Blumenbörse Schweiz.

Actuellement, fin août, le deuxième produit est encore en vente. Quel bilan tirez-vous?

Actuellement, fin août, le deuxième produit est encore en vente. Quel bilan tirez-vous? Nous sommes très satisfaits. Nous ne nous attendions pas à un tel succès. Nous avons déjà vendu deux tiers du *Cardiospermum*.

«Les produits sont proposés exclusivement à la Blumenbörse Schweiz.»

Suena Krähenbühl

C'est aussi un produit de très bonne qualité. Il a particulièrement bien séduit les fleuristes. Je suis curieuse de voir comment sera accueilli le produit «Chabis und Chöhl», qui sera mis en vente début septembre.

Un seul produit peut facilement passer inaperçu face à la diversité générale de l'offre en bourse. Prévoyez-vous à l'avenir de lancer plusieurs produits à la fois?

Il s'agit ici de produits de niche. Dans le cas du *Cardiospermum*, nous parlons d'une quantité de 400 unités. L'objectif n'est toutefois pas avant tout économique – ce qui compte pour nous, c'est le signal que nous souhaitons envoyer.

Dans ce contexte, collaborez-vous avec les autres bourses de Suisse?

Nous échangeons avec les autres bourses, mais ce projet est une initiative propre à la Blumenbörse Schweiz. Les produits sont donc uniquement disponibles à Rothrist et à Wangen.

Qu'est-il prévu pour 2026?

Des projets passionnants sont en préparation. Mais nous ne voulons encore rien dévoiler. 🌱

PRODUITS SUISSE

rl. Depuis leur création, les bourses aux fleurs mettent l'accent sur la production suisse. Elles s'efforcent constamment de mettre en avant la «Swissness», explique Pascal Speck de la Bourse aux Fleurs Ouest. Le 9 septembre, elles organiseront un pavillon sur le thème de l'Indian Summer avec des plantes de production suisse. Selon Sandra Müller, la Bourse aux fleurs de Mörschwil affiche régulièrement sur les réseaux sociaux un message clair en faveur de la régionalité et de la proximité des circuits d'approvisionnement, avec le slogan publicitaire «Lueg emol». Le slogan «Us de Schwiiz» est également utilisé par les autres bourses sur leurs espaces de vente. Les produits nationaux constituent un élément central de l'assortiment de fleurs coupées, notamment pendant les mois de forte production, selon la Trend- und Blumenbörse Luzern. Cela vaut aussi pour les plantes. Un nouveau fournisseur suisse de feuillage coupé vient d'être intégré.

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Nischenprodukte für den Fachhandel» de *Fleuriste* 9/2025 a été réalisée avec ChatGPT.