Une journée pour le secteur

Chaque 1er septembre, l'Association Suisse des Fleuristes attire l'attention sur la production indigène de fleurs coupées par une action menée dans toute la Suisse. Cette année, la journée s'est déroulée dans onze villes.

Dès l'aube, les fleurs attendaient le flot des pendulaires.



En Suisse romande également, les fleuristes étaient au rendez-vous.

TEXTE **Erika Jüsi** PHOTOS **zVg**

Le 1er septembre, de nombreuses personnes ont été aperçues près de onze gares suisses avec une seule fleur à la main. Cette rose, gerbera, lis ou tournesol portait sous sa tête fleurie un message simple, mais important: Dis oui aux fleurs suisses. Tôt le matin, des fleuristes les ont distribuées aux passants pressés. Ceux-ci les ont emportées avec leur téléphone portable et leur boisson matinale au bureau, à l'école, à l'université et, le soir, chez eux. L'objectif était clair: rappeler aux clientes et clients potentiels leur fleuriste local tout en les sensibilisant à la production suisse. L'action n'est pas nouvelle, même si elle n'avait encore jamais eu lieu sous cette forme. La «Journée de la fleur suisse» a été créée au printemps 2020: en pleine période des débuts de la crise du coronavirus, les fleuristes avaient alors apporté réconfort, espoir et confiance avec leurs panneaux d'entrée de localité décorés de fleurs. L'action fut reconduite l'année suivante. Comme le printemps compte déjà suffisamment de journées consacrées aux fleurs et que les fleurs suisses sont de saison jusqu'en automne, la journée a été déplacée au 1er septembre. De 2022 à 2024, les entreprises membres de Florist.ch ont rempli des contenants de fleurs suisses et les ont distribuées dans les environs de leur commerce. «Trouve-moi, garde-moi», tel était alors le message.

L'association rend la chose possible

La journée est organisée par Florist.ch, l'Association Suisse des Fleuristes. Elle a mis à disposition les quelque 10000 fleurs de producteurs suisses de fleurs coupées, imprimé les étiquettes et coordonné le retrait sur place. Le reste était entre les mains des sections. Le fait que l'action ait eu lieu pour la première fois uniquement dans des villes et non à la campagne était un choix délibéré, explique Daniel Roduner, responsable marketing. «Nous atteignons ainsi beaucoup de personnes en très peu



1



2


3


4


5


6

À Lucerne **(1)**, Lugano TI **(2)**, Zurich **(3)**, Aarau **(4)**, Saint-Gall **(5)** et Lausanne VD **(6)** ainsi que, hors de l'image, à Bâle, Berne, Coire GR, Weinfelden ZH et Zoug, les passants ont été surpris par ces cadeaux fleuris. Ceux qui avaient une main libre et n'avaient plus un long trajet devant eux ont accepté la fleur avec reconnaissance.

de temps, qui emportent le message chez elles le soir – également à la campagne.»

Les actions publicitaires comme celle-ci sont financées par une contribution aux relations publiques incluse dans la facture annuelle de cotisation. Celle-ci ne couvre toutefois qu'une petite partie des activités publicitaires de l'association. De loin, la plus grande part est consacrée chaque fois à la participation aux championnats professionnels tels que les Swiss Skills, Euro Skills et World Skills. D'autres investissements sont consacrés à des campagnes sur les réseaux sociaux, comme celle menée ce printemps en collaboration avec Yousty, à l'entretien du site professionnel future.florist.ch ainsi que du site de l'association florist.ch, ou encore à la collaboration avec l'exposition «Blumen für die Kunst». Au total, ces activités ont coûté près de 130 000 francs à l'association en 2025, alors que la contribution aux relations publiques n'a rapporté qu'un peu moins de 29 000 francs. La demande d'augmenter cette contribution de 7,5% à 12% a toutefois été rejetée par l'assemblée générale de cette année, avec pour mandat de présenter un concept plus concret et plus compréhensible. Florist.ch souhaite répondre à cette demande lors de la prochaine assemblée générale. «Nous voulons mieux ancrer l'achat chez les fleuristes dans les habitudes de la population», explique Thomas Meier, directeur.

Ce que la population découvrira lors de la prochaine «Journée de la fleur suisse» reste pour l'instant ouvert, explique Daniel Roduner. «Une chose est sûre: la prochaine édition sera à nouveau fleurie.»

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Ein Tag für die Branche» de Fleuriste 10/2026 a été réalisée avec l'aide de ChatGPT.

FORD
BUSINESS
WEEKS

JETZT 0% LEASING SICHERN



Berechnungsbeispiel Leasing mit exemplarischem Barkaufpreis: CHF 39'000.–, Laufzeit: 60 Monate, Laufleistung: 10'000 km/Jahr, effektiver Jahreszinssatz: 0.04%, 1. grosse Rate: CHF 7'800.–, Leasingrate ab dem 2. Monat: CHF 332.20. Ein unverbindliches Leasingangebot der Santander Consumer Finance Schweiz AG, Schlieren. Vollkaskoversicherung obligatorisch und nicht inbegriffen. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls diese zu einer Überschuldung der leasingnehmenden Person führen kann. Aktion gültig für Vertragsabschlüsse bis zum 31.10.2026 auf Nutzfahrzeuge (Neu- und Lagerfahrzeuge). Das Leasing ist nicht kumulierbar mit anderen Prämien. Gültig nur für Flottenkunden. Änderungen und Irrtum vorbehalten.