

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 31 (2004)
Heft: 1

Artikel: Jardinage : les Suisses le disent avec des fleurs
Autor: Eichenberger, Isabelle
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-912187>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Les Suisses le disent avec des fleurs

Klaus Fässler



Prosaïques, les Suisses? Pas du tout, ils adorent les fleurs!

De la caisse de balcon à la pleine terre, les mains vertes (se) dépensent sans compter. Tous secteurs confondus, les Suisses dépensent 1,5 milliard de francs par année pour embellir leur environnement.

EN VILLE COMME À LA CAMPAGNE fleurissent terrasses et fenêtres, parfois aux frais de la princesse, comme dans la vieille ville de Berne où les géraniums sont fournis par la municipalité. Quant à ceux qui ont de l'espace, ils n'ont qu'à choisir: jardin de curé, jardin d'hiver, jardin à l'anglaise, à la française ou à la japonaise, potager, rocaille, biotope ou pré fleuri. Les communes suivent le mouvement et rivalisent dans des concours floraux très disputés. Les ronds-points qui éclosent un peu partout sont prétexte à surenchère décorative. Bref, la demande augmente, que ce soit en plantes d'intérieur ou en pot, en arbres décoratifs ou fruitiers, en légumes, vivaces ou autres rosiers. En librairie, les guides pratiques et ouvrages sur papier glacé fleurissent et les magazines spécialisés attirent de plus en plus de lecteurs.

Pourtant, la tendance est très difficile à chiffrer. Comme toujours quand on touche au «secret commercial», les professionnels défendent jalousement leurs plate-bandes. Mais on peut affirmer que la moitié des familles cultivent des espèces végétales à plus ou moins grande échelle. «Cette extrapolation, qui rejoint les études menées en France, me semble proche de la réalité, commen-

Expositions

Giardina à Zurich du 17 au 21 mars

Créée en 1997 à partir d'un secteur de la Foire de Bâle et après s'être tenue en alternance à Bâle et Zurich, la plus grande foire de jardinage de Suisse s'installe définitivement à Zurich. En 2003, elle a attiré plus de 50 000 visiteurs.

Giardina à Genève du 25 au 28 mars

Face à son succès et pour la première fois, Giardina se tient aussi en Suisse romande, à Palexpo Genève, dans une Halle 7 transformée en vaste jardin.

Lausanne Jardins 2004

du 19 juin au 31 octobre

Tous les quatre ans, Lausanne s'offre un festival des jardins urbains. Cet été, une trentaine de projets d'importance diverse seront présentés dans la capitale vaudoise parallèlement à une exposition au Forum d'architectures pour cette 3^e édition de Lausanne Jardins.

Une technique d'expression

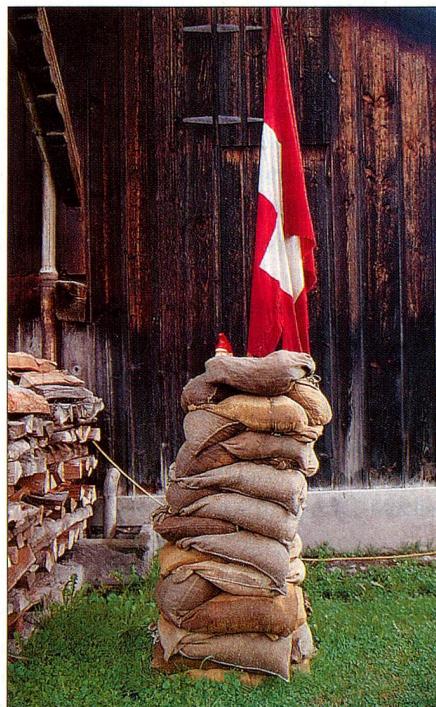
Professeur d'arts visuels au Collège Saint-Michel de Fribourg, Ulrich Bloch est aussi un artiste autodidacte. Il construit des installations de plein air et raconte des histoires de fleurs en plastique et de nains de jardin.

«Les Suisses clôturent trop leur jardin, on ne voit plus rien à travers leurs haies bien rangées», regrette Ulrich Bloch. Comme lui, de nombreux artistes contemporains utilisent la matière végétale comme technique d'expression. Ce Bâlois marqué par son enfance dans une région frontalière est convaincu que la nationalité et les frontières sont des créations artificielles.

Après la peinture, il s'est lancé un peu par hasard dans les installations de jardin. Avec de la terre, des outils, arrosoirs et autres fleurs en... plastique gonflable. Ou une greffe de cerisiers. Pour l'artiste, «ce ne sont que des accessoires, ce qui m'intéresse, c'est de poser des questions en tant qu'artiste sur nos origines». Autre exemple, une croix suisse creusée dans la terre, avec une échelle et une valise en carton prête au voyage «vers l'intérieur de la Terre à la recherche de la vraie Patrie». Ou encore un fortin de sacs de sable protégeant un immense drapeau à croix blanche et... un minuscule nain de jardin qui regarde vers l'extérieur. «Les Suisses vivent un peu comme des nains de jardin qui

se barricadent.» La vitrine de la galerie fribourgeoise qui a exposé cette installation a écoper d'un crachat un beau matin. Ulrich Bloch ne s'est pas démonté: «Je suis content car je cherche à faire réagir. Là, quelqu'un a réagi.»

IE



te Paul-Alain Magnollay. Le jardinage est devenu un loisir bon marché, utile et démocratique qui réunit toutes les classes sociales.» Le rédacteur en chef de «Jardins romands» ajoute que son magazine (10 000 exemplaires) enregistre une augmentation de 20% de lecteurs par an et que les clubs de jardinage essaient dans tout le pays.

Un marché juteux

En termes de marché, cela représente, selon Carlo Vercelli, à l'Union suisse des maîtres jardiniers (Vereinigung schweizer Gärtnermeister), 1,5 milliard de francs de dépenses annuelles. «Ce chiffre regroupe la totalité des produits. Si l'on excepte le 2^e semestre 2003 ravagé par la canicule, il augmente.» Preuve de cet intérêt croissant, les jardineries se multiplient et des groupes étrangers arrivent en Suisse. Avec respectivement environ 80 et 65 centres brico-loisirs, les géants Migros et Coop occupent 50% du marché, jusqu'à 70% avec Jumbo. Chez Coop Suisse, le responsable du secteur, Urs Jordi, confirme que «les ventes augmentent d'au moins 10% par année. Nous nous y intéressons depuis 1998 et nos centres devraient augmenter à 85 d'ici à 2007.» Les autres entreprises (8 grandes jar-

dineries et une quarantaine de plus petites), sans oublier les petits horticulteurs, se partagent le reste du gâteau.

Chez Aeby-Kaderli, dans la périphérie de Fribourg, Marc Aeby confirme: «La passion du vert ne cesse de croître. En ville, la moitié des ventes concerne les plantes de balcon et d'appartement, et un tiers en campagne, le reste allant aux plantes de pépinière. Pour ce qui est de la concurrence, il y a encore assez de place, à condition d'avoir les reins solides et, surtout, de préserver la qualité.» Mais le directeur de la jardinerie fribourgeoise regrette que, «comme dans l'agriculture ou le commerce de détail dans les années 70, c'est au tour des petits horticulteurs de disparaître».

Des comportements différents

Pour Hélène Schilliger, directrice de Schilliger SA en Suisse romande, ce qui a changé,

ce sont la manière et le moment. «Autrefois, le grand boom, c'était la fin de l'été et l'automne. Aujourd'hui, c'est le printemps. S'il fait beau, les gens ont envie de fleurs et de verdure et, surtout, de travailler dehors. Ils cherchent des résultats rapides. Si le temps est maussade, notre chiffre s'en ressent.» Marc Aeby ajoute: «Pour nous adapter aux creux saisonniers, nous devons développer les produits de boutique (décorations non florales) pour équilibrer notre bilan.»

Cette demande croissante de 'prêt à fleurir' reflète la société de consommation qui englobe désormais aussi le jardin. «Si les gens dépensent plus, c'est aussi parce qu'ils sont moins patients. Ils achètent moins de semences ou de plantons et de plus en plus de plantes matures ou en fleurs, quitte à en payer le prix. Pour les arbres et arbustes, c'est pareil, ils préfèrent acheter plus grand et plus cher», ajoute Hélène Schilliger.

C'est le jardin qui a changé

Pour l'ethnologue Jérémie Forney, c'est le jardin qui a perdu son rôle. Les grands jardins d'autrefois tendent à disparaître, chez ceux qui n'en tirent pas des revenus. A côté des agriculteurs qui pratiquent la vente de produits de la ferme (par ailleurs en augmentation), il n'est pas rare de voir des exploitations entourées d'un espace gazonné (ou bétonné) là où autrefois poussaient fleurs et légumes. «Le jardin perd sa fonction de subsistance familiale pour devenir un loisir comme un autre», conclut l'ethnologue. Ou une thérapie pour travailleurs urbains stressés... Et puis, au prix de la tête de salade, le temps passé à cultiver ses légumes ne représente pas forcément une économie. D'autant qu'il y a moins de bouches à nourrir qu'autrefois. Autant le faire pour le plaisir.

Un besoin de nature

Au Jardin botanique de Neuchâtel, François Felber relève le succès des expositions florales et autres fêtes destinées au grand public.

Une passion en chiffres

- Selon l'Office fédéral de la statistique, en 2000, 13,1% de la population ont bricolé et jardiné chaque jour et 37,6% chaque semaine.
- Sur une moyenne de 7418 francs de dépenses, un ménage de 2,4 personnes consacre 532 francs aux loisirs, dont 35 au jardinage. Soit 0,5% des dépenses.
- Le secteur vert compte 1641 entreprises (fleuristes compris) employant en tout plus de 7000 personnes.

«Les gens n'ont pas envie de contempler, mais de faire quelque chose dans la nature, et le jardinage fait partie de ces activités.» Un retour à nos racines campagnardes? Ou le rêve d'échapper aux contraintes de la civilisation urbaine et virtuelle?

Plutôt la deuxième alternative. Le désir de campagne est une sorte de laboratoire pour «inventer un autre modèle de vie», répond l'anthropologue français Jean-Didier Urbain*. Pour qui «le jardin lui-même devient une pièce polyvalente» prolongeant la maison.

Isabelle Eichenberger 

«Nos visiteurs ont un grand besoin de nature, mais plutôt d'une nature apprivoisée, domestiquée, plus facile d'accès que la nature sauvage.» Et puis il y a un besoin d'activités de plein air, ajoute Paul-Alain Magnollay, rédacteur en chef de «Jardins romands».

* «Paradis verts. Désirs de campagnes et passions résidentielles», Jean-Didier Urbain, Payot.

Ceux que vous aimez sont restés en Suisse? Faites-leur livrer des fleurs...



www.swissflowers.ch

Simple, rapide et sûr...

swissflowers.ch
the easy way