

Zeitschrift: Panorama suizo : revista para los Suizos en el extranjero
Herausgeber: Organización de los Suizos en el extranjero
Band: 31 (2004)
Heft: 1

Artikel: Jardines : los suizos lo dicen con flores
Autor: Eichenberger, Isabelle
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-908563>

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: 03.04.2026

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

Los suizos lo dicen con flores



Klaus Fässler

Desde el macetero del balcón hasta la era de plantas – los aficionados al jardín no escatiman trabajo ni costos. Calculando todos los segmentos, los suizos gastan CHF 1.500 millones por año para embellecer su entorno.

TERRAZAS Y VENTANAS FLORIDAS, tanto en la ciudad como en la campiña – a veces a costa del estado, como en la ciudad de Berna, en donde los geranios son puestos a disposición por la administración de la ciudad. Quien dispone de suficiente espacio tiene el tormento de la duda: huerta, jardín, biótomo, prado de flores, jardín de invierno, jardín parroquial, jardín inglés, francés o japonés. Las comunas siguen la tendencia y compiten en apreciados concursos florales. Tratan de superarse mutuamente con sus arreglos ornamentales en las cada vez más numerosas rotondas. En resumen, la demanda crece, tanto de plantas de interiores o macetas con flores, como de árboles ornamentales y frutales, hortalizas, rosales u otros arbustos. En las librerías crece el número de manuales prácticos de jardinería y paisajismo y las revistas dedicadas a este tema registran tiradas cada vez mayores.

Pero si queremos resumir esta tendencia en cifras, tropezamos con algunos problemas. Siempre que se quieren analizar los trasfondos de un «secreto comercial», los profesionales se oponen a mostrar sus jardines. Se calcula que alrededor de la mitad de las familias cultivan hortalizas en mayor o menor cantidad. «Me parece realista la tesis obtenida por un estudio realizado en Francia», comenta Paul-Alain Magnollay. «La

¿Suizos secotes? ¡Para nada, les encantan las flores!

Exposiciones

Giardina, Zurich – del 17 al 21 de marzo

Este evento fue creado en 1997 por un sector de la Muba y desde entonces realizado alternadamente en Basilea y Zurich, para finalmente echar raíces definitivamente en Zurich como la mayor Feria de Jardinería y Paisajismo de Suiza. En 2003, Giardina atrajo a más de 50.000 visitantes.

Giardina, Ginebra – del 25 al 28 de marzo

Debido a su gran éxito, Giardina también se realizará por primera vez en la Suiza romanda: el pabellón 7 de la Palexpo Ginebra se transformará en un gran jardín.

Lausanne Jardins 2004 – del 19 de junio al 31 de octubre

La ciudad de Lausana organiza cada 4 años un festival de jardines urbanos. Este verano se presentarán en la metrópolis vaudina unos 30 proyectos de diferente envergadura. En el marco de esta 3ª edición de Lausanne Jardins, también tendrá lugar paralelamente una exposición en el Forum d'architectures.

jardinería y horticultura se han transformado en una actividad recreacional económica, útil y democrática, que abarca todas las clases sociales.» El redactor en jefe de Jardins romands agrega que su revista (tirada: 10.000 ejemplares) registra un aumento de lectores del 20% anual y que en todo el país brotan asociaciones de aficionados a la jardinería.

Un mercado floreciente

Según Carlo Vercelli, de la Asociación de Maestros Jardineros Suizos, el mercado mueve anualmente CHF 1.500 millones. «Este importe comprende todos los productos y sigue creciendo - salvo el segundo semestre, y verano del siglo, del 2003.» Los indicios de este creciente interés son el número incrementado de jardinerías y el arraigo de grupos extranjeros del ramo en Suiza. Con 80 y 65 centros de hobby y manualidades respectivamente, los gigantes Migros y Coop dominan el 50% del mercado - considerando a Jumbo hasta llegan al 70%. El responsable del sector de Coop Suiza, Urs

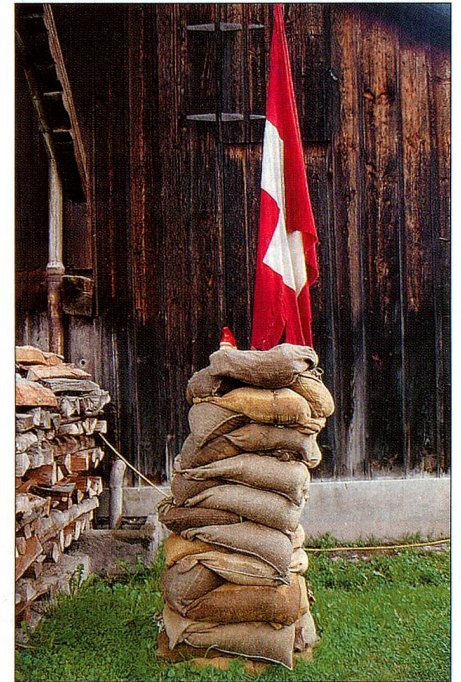
Idioma artístico

Ulrich Bloch es profesor de artes visuales en el Collège Saint-Michel de Friburgo. Y también se hizo conocer como artista: crea instalaciones al aire libre. Le encanta contar historias de flores artificiales y nomos de jardín.

«Los suizos cierran demasiado sus jardines; los espesos setos impiden cualquier mirada a su interior», lamenta Ulrich Bloch. Igual que numerosos otros artistas, él también usa plantas como medio de expresar su arte. Caracterizado en su infancia por la región fronteriza de Basilea, Bloch está convencido de que nacionalidad y fronteras son constructos artificiales.

Tras haberse dedicado inicialmente a la pintura, su arribo a las instalaciones de jardines fue casual. Trabaja con tierra, aparatos de jardinería, regaderas y también con ... flores plásticas inflables. Para el artista, «éstas sólo son accesorios secundarios; lo que me interesa realmente como artista es plantear cuestiones sobre nuestro origen». Un ejemplo de su obra es una cruz suiza cavada en la tierra con escaleras y maletas de cartón - punto de partida de un viaje «hacia el interior de la tierra buscando el verdadero hogar». O bien: una pequeña fortaleza de bolsas de arena que protege a una gigantesca bandera con la cruz blanca y un minúsculo

nomos mira hacia afuera. «Los suizos viven un poco como los nomos que se atrincheran.» Una mañana, la vitrina de la galería que exponía esta instalación apareció maltratada con escupitajos. Ulrich Bloch lo tomó con presencia de ánimo: «Me alegra, pues quiero provocar reacciones. Y aquí alguien reaccionó efectivamente.» *IE*



Jordi, confirma que las ventas aumentan como mínimo en un 10% anual. «Observamos este desarrollo desde el año 1998, y hasta el 2007 nuestra red podría comprender 85 centros.» El resto de la torta se lo dividen las demás empresas, 8 jardinerías grandes y 40 medianas, sin olvidar las florerías.

Marc Aeby, de Aeby-Kaderli radicado en la periferia de Friburgo, confirma: «La pasión por los jardines sigue inquebrantada. La mitad de las ventas en la ciudad son plantas para interiores y balcones, y en el campo éstas representan un tercio, el resto se gasta en viveros. En cuanto a la competencia se refiere, aún queda lugar, siempre y cuando se tenga una base sólida y se ponga énfasis en buena calidad.» Pero el director de la jardinería friburguesa también lamenta, «que hoy se observa el mismo desarrollo en las florerías que durante los años 70 en el sector agrario o en el comercio minorista: se van acabando lentamente».

Otras costumbres

Hélène Schilliger, directora de Schilliger S.A. de la Suiza romanda, observa un cambio en el comportamiento de los clientes. «Mientras que anteriormente la gran demanda tenía lugar en fines del verano y en otoño, hoy el negocio florece en primavera. Apenas termina el frío, la gente quiere ver flores y plantas y trabajar al aire libre - pero quiere obtener resultados rápidos. El mal tiempo se refleja inmediatamente en las cifras de ventas.» Marc Aeby agrega: «Y para equilibrar nuestro balance durante las bajas condicionadas por las temporadas tenemos que incluir artículos de boutique, e.d. desarrollar diversos artículos decorativos.»

La creciente demanda por productos «prêt-à-fleurir» refleja el espíritu de la sociedad de consumo, que ahora también se manifiesta en el jardín. «Si la gente gasta más dinero, también se debe a la falta de paciencia. Compran cada vez menos semillas y

plantines y aceptan pagar un precio mayor para plantas crecidas o en flor. Lo mismo sucede con los árboles y arbustos. Prefieren comprar los más grandes y más caros», informa Héléne Schilliger.

Jardín en mutación

El etnólogo Jérémie Forney considera que el jardín ha perdido su función original. Las grandes plantaciones de antes desaparecen cada vez más cuando no son parte de los ingresos. Junto a los campesinos, que impulsan la venta directa en sus establecimientos (ésta crece efectivamente), se ven a menudo otros establecimientos rodeados de césped o patios de cemento, sustituyendo los anteriores jardines y huertas. «La huerta y el jardín ya no sirven para el sustento de la familia, ahora se transformó en hobby», concluye el etnólogo. O es una terapia para los estresados habitantes de las ciudades... En vista del precio de una lechuga, el intenso trabajo de huerta ya casi no vale la pena. Y menos aun, considerando que ya no hay tantas bocas que llenar como antes. ¿Por qué no convertirlo entonces simplemente en un placer?

Una pasión en números

- Según la Oficina Federal de Estadísticas, en el año 2000 el 13,1% de la población se dedicó una vez por día a tareas manuales o de jardín y el 37,6% lo hizo una vez por semana.
- De un promedio de CHF 7.418 de gastos, en una hogar de 2,4 personas se gastan CHF 532 para recreación, CHF 35 de éstos últimos, o sea el 0,5% del total, se gasta en productos de jardinería.
- El sector verde cuenta con 1.641 empresas (incluyendo florerías) que, en total, dan trabajo a más de 7.000 personas.

Una necesidad de naturaleza

François Felber, del Jardín Botánico de Neuchâtel, subraya el éxito de las exposiciones de flores y otros eventos grandes. «Nuestros visitantes sienten una gran necesidad de naturaleza, pero prefieren una naturaleza domada y prolija a la naturaleza salvaje. Y también crece el deseo de practicar actividades

al aire libre», complementa Paul-Alain Magnollay, redactor en jefe de Jardins romands. «La gente se dedica menos a la contemplación y prefiere obrar, y esto se puede realizar óptimamente en el jardín.» ¿Un retorno a nuestras raíces campesinas? ¿O el deseo de huir de las excrescencias de la civilización urbana y virtual?

Probablemente es esto último. Las ganas de campo como Laboratorio, para «desarrollar un modelo diferente de vida», opina el antropólogo francés Jean-Didier Urbain*. Según él, el jardín se transforma «en un espacio polivalente», que agranda la casa.

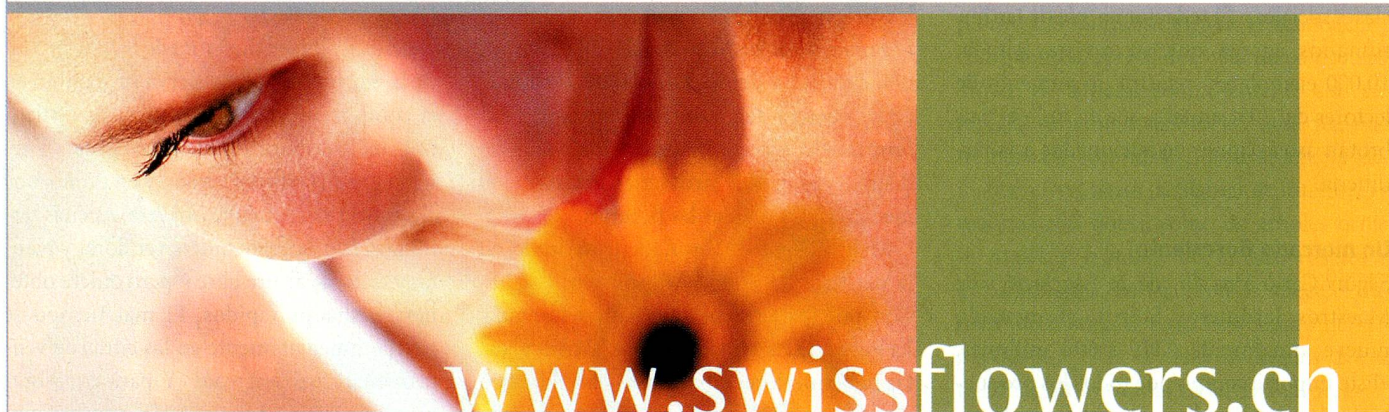
Isabelle Eichenberger 

* Urbain, Jean-Didier: Paradis verts.

Désirs de campagnes et passions résidentielles.
Editora Payot.

Traducido del alemán

**¿ Los que usted ama se han quedado en Suiza ?
Hágales llegar flores...**



www.swissflowers.ch

Simple, rápido y seguro



swissflowers.ch
the easy way