



Légitimé démocratiquement: Le comité central et le conseil des sections sont élus par les membres. Lors de l'assemblée générale (comme ici en mai dernier de Florist.ch à Soleure), le comité directeur rend compte de ses activités aux membres et présente ses comptes annuels.

Entre la réputation et la réalité

Les associations n'ont généralement pas la meilleure réputation auprès de la population. Pour les secteurs, leur rôle de lobbying est pourtant essentiel. Une association comme Florist.ch remplit une large palette de tâches. Par exemple, en ce qui concerne la relève, mais pas seulement.

TEXT **Regula Lienin** BILD **Erika Jüsi**

A une époque où l'individualisme est roi, l'adhésion à un club ou à une association n'est plus vraiment à la mode. On préfère ne pas s'engager, attendre un peu ou essayer une autre offre. Souvent, on se pose aussi des questions telles que: Qu'est-ce que cela m'apporte? L'investissement financier en vaut-il la peine? Cela a des conséquences. Même des institutions comme l'Église voient leurs membres leur échapper – et les fédérations et les associations ont eu la vie plus facile dans le passé. Pourtant, les associations ont une fonction qui devrait les rendre moins vulnérables au manque de membres: En tant que groupe-

ment de bénévoles, elles défendent certains intérêts. Elles rendent visibles les préoccupations et les opinions, auprès du public et des politiques. Leur image est toutefois quelque peu mitigée. Il y a deux ans, une étude de GFS Berne concluait que les électeurs suisses avaient «majoritairement une image critique et négative» du travail associatif, du lobbying. Toutefois, «cette image critique est plutôt abstraite». Les mêmes personnes interrogées seraient majoritairement positives à l'égard de certains instruments de lobbying.

Faire du lobbying et communiquer

En tant qu'association professionnelle, Flo-

rist.ch fait également du lobbying. L'époque de la Corona a montré de manière exemplaire que cela joue un rôle décisif, surtout en temps de crise: à savoir lorsqu'il s'est agi de savoir dans quelle mesure les fleuristes pouvaient ou non ouvrir. Grâce à une action habile, l'association a obtenu que les fleuristes soient autorisés à vendre des fleurs en exclusivité, mais pas les grands distributeurs. Rétrospectivement, il s'agissait d'une défense d'intérêts classique dans l'intérêt des membres. Et voilà: les fleuristes ont étonnamment bien survécu à la pandémie par rapport à d'autres branches – les fleurs n'avaient plus été demandées depuis longtemps. Un exemple

actuel d'influence politique concerne également des conditions cadres favorables pour la branche. «Dans la ville de Berne, nous lançons actuellement une interpellation au conseil municipal. Nous voulons obtenir que la ville de Berne cesse de concurrencer les fleuristes privés avec des magasins de fleurs subventionnés par la ville», explique Thomas Meier, directeur de Florist.ch.

Une association ne fait pas seulement du lobbying au niveau politique, loin s'en faut. Elle réagit ainsi à des thèmes ou à des développements globaux. Pour le secteur floral, on peut citer le développement durable. Comment le secteur peut-il devenir plus respectueux de l'environnement? Florist.ch a lancé une communauté de la durabilité sur ce thème, au sein de laquelle des propositions de solutions sont élaborées. Il a également un rôle non négligeable à jouer dans la prise de position ou la communication d'un fait particulier au sein de l'organisation et auprès du public. Qui d'autre doit parler au nom de la branche, comme dans le cas du jugement sur les pesticides en France (voir page 5) – si ce n'est l'interprofession? Et qui d'autre dispose des connaissances préalables et de la vue d'ensemble indispensables à la communication?

Sans formation, pas de relève

En Suisse, les associations sectorielles jouent également un rôle de premier plan dans le domaine de la formation et de la formation continue. Elles sont responsables du contenu de la formation de base et de la formation continue. Le fonds de formation professionnelle de la Confédération leur apporte un soutien financier. Ce fonds est alimenté par les contributions obligatoires de toutes les entreprises de la branche. Il est basé sur un contrat avec une déclaration de force obligatoire générale entre la Confédération et Florist.ch et Jardin Suisse. En contrepartie, Florist.ch doit présenter un taux d'organisation de 30 pour cent. Cela signifie que 30 pour cent des entreprises actives doivent être organisées au sein de l'association. Or, en 2023, ce taux n'était que de 24,1 pour cent.

Qu'est-ce que cela signifie pour l'avenir? «Si nous n'atteignons pas les 30 pour cent, la Confédération finira par nous retirer la force obligatoire générale», déclare Thomas Meier. Les conséquences seraient considérables. Meier parle d'environ 450 000 francs qui ne seraient plus disponibles chaque année. «Il n'y aurait plus de formation professionnelle, ni de cours interentreprises, ni de procédures de qualification, etc. car les sections et nous-mêmes devrions nous en retirer». Ce serait fatal pour la relève. De ce point de vue, l'adhésion à une association est un acte de solidarité – avec sa propre branche. 🌱

TRADUCTION AUTOMATIQUE

Cette traduction de l'article «Kluft zwischen Image und Realität» de Fleuriste 11/2024 a été réalisée avec Deepl.



christmasworld

7.–11. 2. 2025
FRANKFURT / MAIN

where
wishes
come
true

Saisonaler Festschmuck, Floristenbedarf und Gartendekoration

Freuen Sie sich auf die weltgrösste Produktvielfalt an saisonalem Festschmuck, Floristenbedarf und Gartendekoration. Dazu erwartet Sie ein erstklassiges Eventprogramm mit den neuesten Themen und Trends.

Sichern Sie sich Ihr Ticket auf christmasworld.messefrankfurt.com

info@ch.messefrankfurt.com
Tel. +41 44 503 94 00