

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPEENNE



Présentation de la pépinière européenne 5 Février 2009

L'EUROPE: un ENSEMBLE de PAYS PRODUCTEURS



L'EUROPE: un ENSEMBLE de PAYS CONSOMMATEURS



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPEENNE

Pays	Surface	Entreprises
Allemagne	25 520 ha	3 398
Italie	25 847 ha	17 058 (?)
Pays-Bas	16 600 ha	5 245
France	15 713 ha	2 016
Espagne	6 640 ha	1 240
Belgique	4 833 ha	1 053

Source Aiph 2008

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIERE EUROPEENNE



Pays	Surface	Entreprises
Royaume Uni	9 519 ha	2 826
Pologne	4 393 ha	
Suisse	1 375 ha	209
Hongrie	1 180 ha	500
République tchèque	1 087 ha	150
Autriche	1 474 ha	225

Source Aiph 2008

Allemagne: une spécialisation dans l'arbre et les gros sujets



Allemagne: une production et une logistique reconnues



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE ALLEMAGNE

FORCES

- Volume de production important
- Marché intérieur important
- Grosses pépinières structurées, spécialement sur le marché du paysage, la production d'arbres d'alignement et sujet de forte taille
- Image de qualité et de professionnalisme important à l'export

FAIBLESSES

- *Coûts de production (travail)*
- *Pression environnementale pour l'utilisation d'espèces "natives" dans les projets publics*
- *Contraintes environnementales*

Italie: des pépinières d'exportation

BHR
Distributeurs
de végétaux exotiques



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE ITALIE

BHR
Distributeurs
de végétaux exotiques

FORCES

- Développement grosses entreprises exportatrices
- Qualité reconnue
- Dynamisme commercial
- "Souplesse" sous-traitance unités familiales

FAIBLESSES

- Nombreux intermédiaires
- Menace de la disponibilité en eau
- Pression foncière sur lieux de production
- Marché intérieur déprimé
- Concurrence croissante de l'Espagne sur le créneau de la plante méditerranéenne

Pays-Bas: toute la gamme

BHR
Diversification
de l'horticulture



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE PAYS BAS

BHR
Diversification
de l'horticulture

FORCES

- Gamme large et profonde, surtout ciblée distribution
- Activité de négoce pour offrir toute la gamme: sous-traitance en Europe de l'Est
- Savoir-faire logistique et export : veiling, cash and carry, centre de gros avec outil internet, opérations promotionnelle et salons
- Recours à la main-d'œuvre polonaise
- Existence du métier de grossiste exportateur : individuel et groupement

FAIBLESSES

- *Pression foncière, surtout dans le tiers ouest du pays et manque de disponibilité en terrain*
- *Coûts de production élevés (travail)*
- *Manque de personnel qualifié*
- *Structures relativement petites et vieillissantes dans certaines régions*

Pays-Bas: toute la gamme



Pays-Bas: toute la gamme



Espagne: une production en développement, un marché à l'exportation



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE ESPAGNE

FORCES

- Développement de la production
- Coûts de production
- Climat favorable pour les plantes exotiques
- Recherche et acquis dans le domaine des végétaux sobres en eau
- Partenariat hollandais

FAIBLESSES

- *Menace sur la ressource en eau (quantité et salinisation)*
- *Pression foncière dans les zones touristiques*
- *Distribution intérieure encore peu structurée*
- *Manque de main-d'œuvre*
- *Marché du jardin sous pression en 2007/08*

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE BELGIQUE

FORCES

- Grosses sociétés exportatrices
- Spécialisation dans les arbres et arbustes de petite taille. Spécialisation en azalée et jeunes plants de plantes acidophiles
- Agressivité commerciale
- Recours à main d'œuvre familiale et à main d'œuvre étrangère

FAIBLESSES

- *Pression foncière en Flandres*
- *Coût du travail*

Belgique: arbres, arbustes en petits volumes



Belgique: des spécialisations

BHR
Diversificatie en
Specialisatie



Belgique: un commerce de grossistes

BHR
Diversificatie en
Specialisatie



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE POLOGNE

FORCES

- Volonté forte de développer la production
- Aide financière nationale
- Disponibilité et coût de main-d'œuvre
- Recherche et Développement issus de Allemagne, Pays-Bas

FAIBLESSES

- *Savoir faire*
- *Conditions climatiques*

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPÉENNE FRANCE

FORCES

- Savoir faire
- Disponibilité en surface et diversité des climats
- Marché intérieur soutenu
- Recherche et Développement actifs

FAIBLESSES

- *Baisse de la production*
- *Coût du travail*
- *Spécialisation insuffisante*
- *Marché hyper concurrentiel*

France: une grande diversité

BHR
Diversité et
Simplicité



France: une grande diversité

BHR
Diversité et
Simplicité



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPEENNE

Evolutions du marché

- Le marché est presqu'exclusivement européen
- La situation économique influence la consommation
- Baisse des exportations vers l'Allemagne et Royaume Uni
- Réduction de la consommation en Espagne, France...
- Frein au développement des marchés de la Turquie, Grèce...

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE EUROPEENNE

Evolutions de marché

- Développement de la production de la Pologne, Hongrie sous contrôle de Allemagne et Pays-Bas
- Une consommation potentielle en Russie

EVOLUTIONS DANS LA PRODUCTION

- **Intensification et réduction des cycles de culture:** emploi de jeunes plants ramifiés, jeunes tiges à mi-stade, culture sous abri...
- **Segmentation des métiers:** Multiplicateur spécialistes, laboratoire in vitro,
- **Concentration des entreprises**
- **Nouveaux acteurs:** Espagne, Pologne,...
- **Développement de nouveaux produits:** palmier, olivier, méditerranéennes
- **Des contraintes:** eau, terrain, main-d'œuvre

EVOLUTIONS DANS LA DISTRIBUTION

- **Concurrence entre rayons du centre jardin:** activités loisirs créatifs en développement...
- **Satisfaire le consommateur:** achat facile, produit personnalisé et résultat assuré
- **Identifier les catégories de produits:** premier prix, milieu de gamme et haut de gamme

EVOLUTIONS DANS LA CONSOMMATION

BHR
Découvrir les tendances
de consommation

- Achats au printemps
- Plantes horticoles
- Marché balcon terrasse
- Jardin plaisir

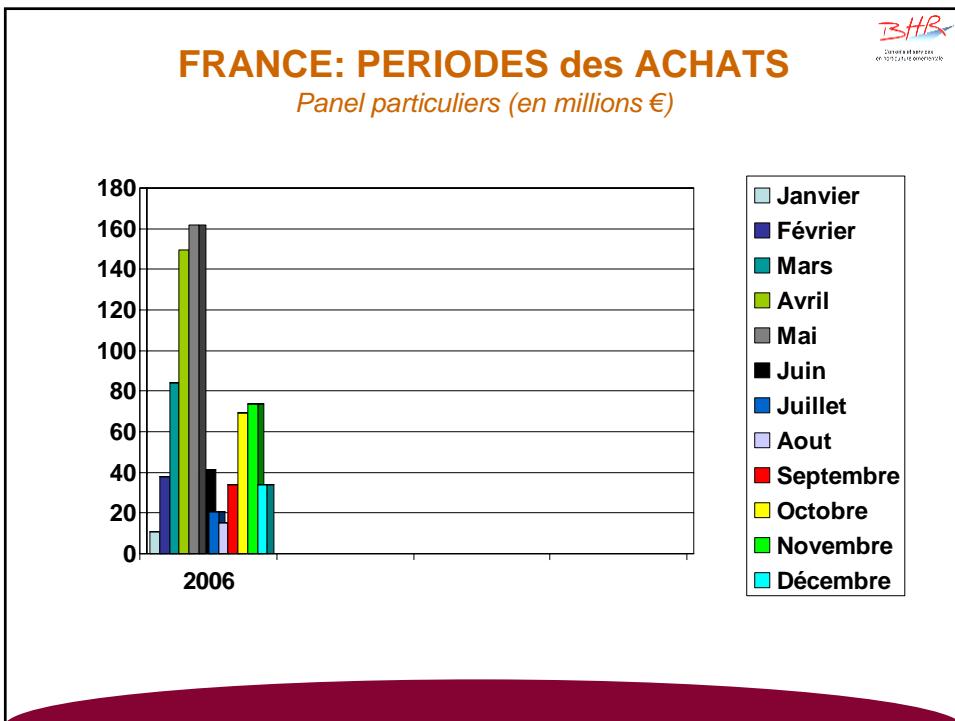
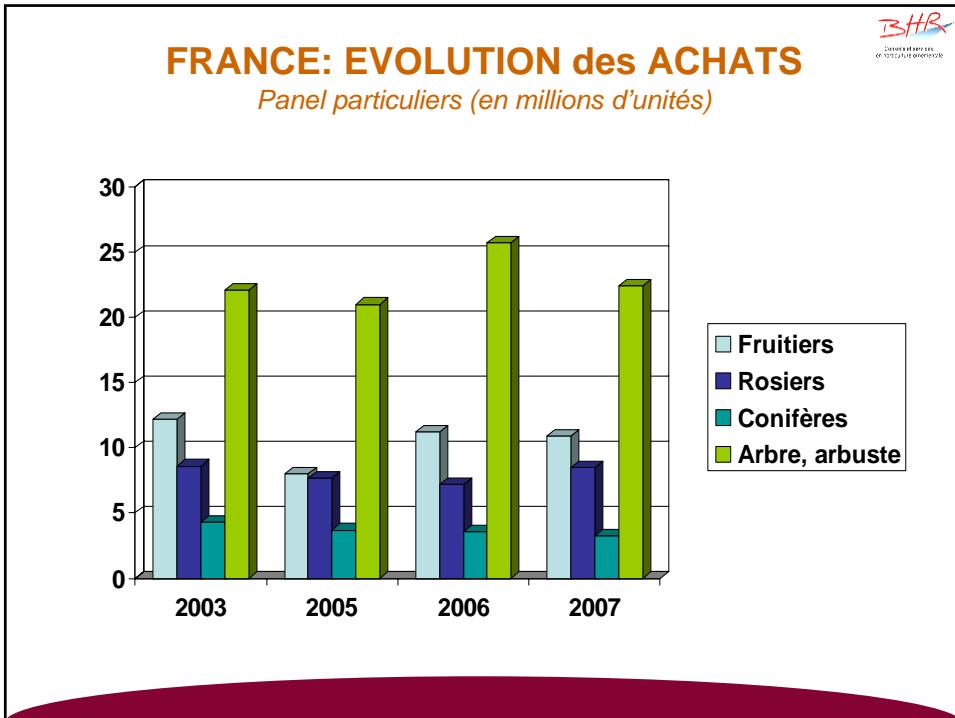


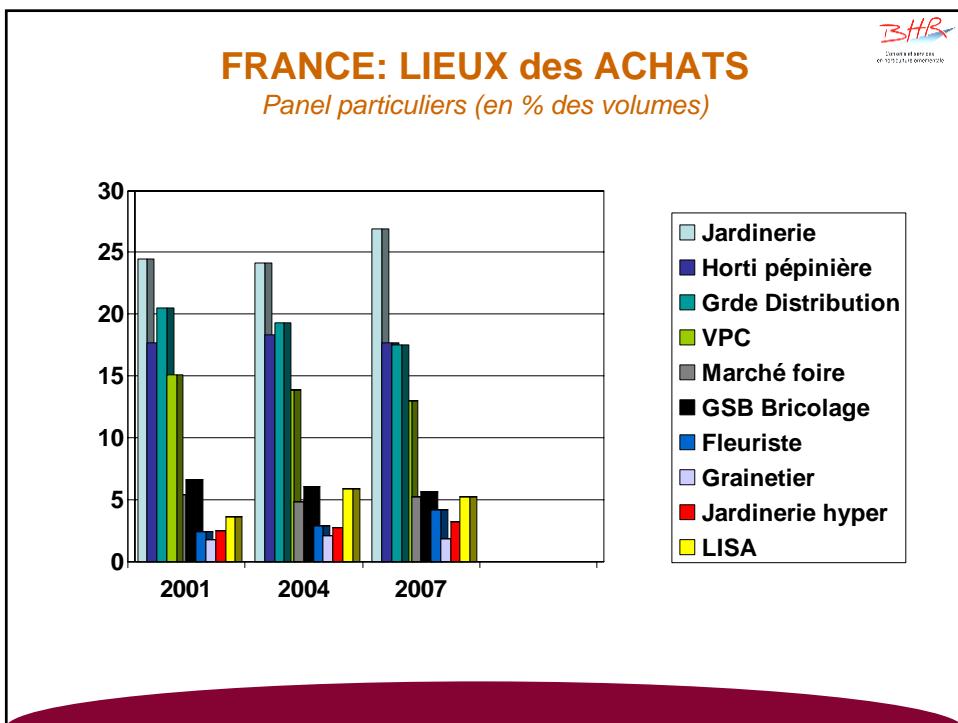
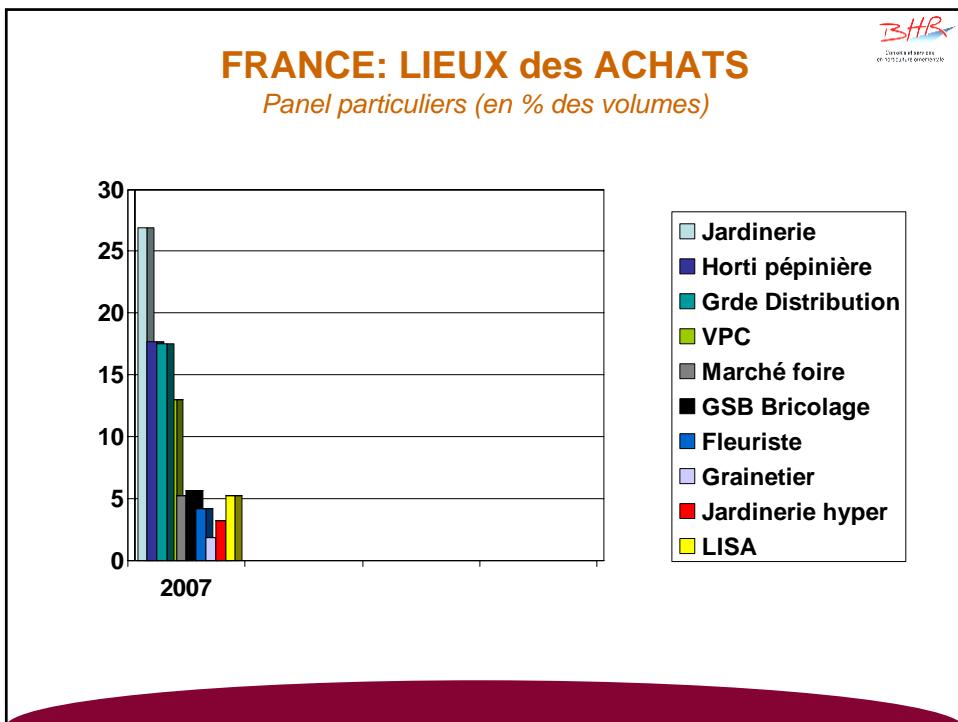
FRANCE: ACHATS ANNUELS moyenne 2001/2007

Panel particuliers VINIFLHOR TNS-Sofres (en millions d'unités)

BHR
Découvrir les tendances
de consommation

Arbres fruitiers	2.55
Fruitiers petits fruits	7.9
Rosiers	8.68
Conifères	4.72
Arbres, arbustes	22.11
Plantes vivaces	22.38
Bulbes	163.7
Graines fleurs, gazon	10.95
Plantes à massif	234.8





FRANCE: LIEUX des ACHATS

Stratégie distributeurs: GMS Groupe CARREFOUR

- LE PRIX outil de communication primordial
- Les PLANTES: le juste prix pour la juste Qualité
- Une offre de GARANTIE de REPRISE
- Meilleurs services clients: INFORMATION, VENDEURS

FRANCE: LIEUX des ACHATS

Stratégie des distributeurs: LISA Groupe Gamm Vert

- CA: + 1000€ par m² , + 5% par an
- Qualité de l'accueil,
- bon rapport Qualité / Prix
- Développer les produits en Respect de l'environnement
- Gamme adaptée localement

FRANCE: LIEUX des ACHATS

Stratégie des distributeurs: JARDINERIE Delbard

- Client recherche Produit personnalisé, besoin de réassurance et sécurité
- **PRIX** déterminant
- **Offre segmentée:** 1er Prix, milieu de gamme et haut de gamme
- 1^{er} prix porteur de **valeur ajouté**

Horticulture ornementale en Pays de la Loire



Chiffres clés - Région Pays de la Loire -



- ⇒ **757** exploitations horticoles et pépinières ;
- ⇒ C.A horticole: **311,6 millions d'euros**
- ⇒ **5 152 emplois directs** (ETP + chefs d'entreprise)
- ⇒ **3 461 ha** dont 394 ha couverts (serres et tunnels), 781 ha en plate-forme pour conteneurs et 2 286 ha en pleine terre.

► Pays de la Loire = leader sur le marché horticole français

1^{er} rang pour la production de :

- ⇒ plantes en pots fleuries ou à feuillage (20% de la prod. nat.) ;
- ⇒ plantes à massif (18% de la prod. nat.) ;
- ⇒ plantes vivaces, aromatiques et aquatique (33% de la prod. nat.) ;
- ⇒ pépinière ornementale (19% de la production nationale) ;
- ⇒ pépinière fruitière (17% de la production nationale).

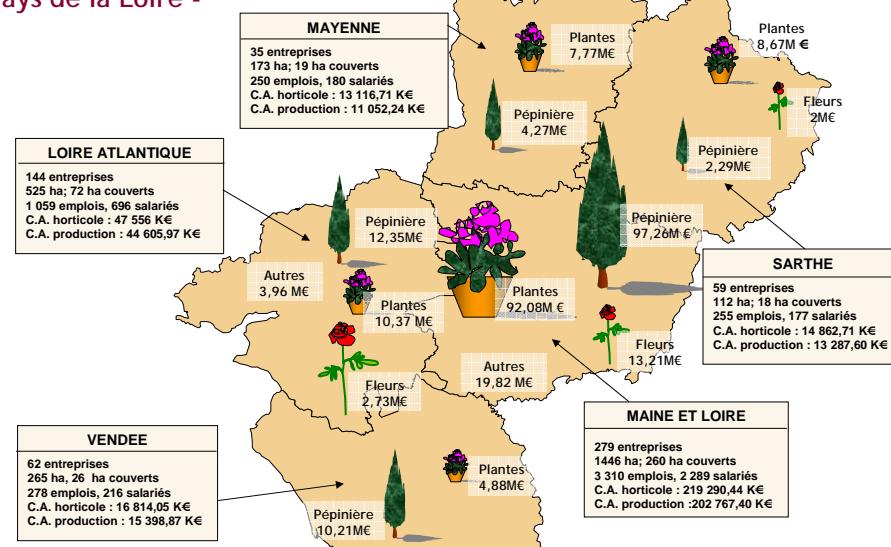
2^{ème rang} pour la production de fleurs et de feuillages coupés.

3^{ème rang} pour la production de bulbes.

Source : ONIFLHOR-AND-FVC- début 2001

Distribution géographique de l'activité horticole BHR

- Pays de la Loire -



L'horticulture ornementale

Pays de la Loire -



→ Spécialités qui s'exportent dans le monde :

- Hortensias, Jeunes plants de pépinières, bulbes...



→ Produits leaders sur le marché français :

- Hortensia
- Plantes en pots fleuries: Cyclamen, begonia, poinsettia, Impatiens de Nouvelle Guinée, chrysanthème, Hibiscus..
- Muguet
- Plantes à massifs,
- Plants potagers et aromatiques
- Plantes vivaces
- Toute la gamme d'arbres et d'arbustes (jeunes plants et conteneurs)
- Bulbes



→ 2ème centre français pour la production de rosiers de plein air (Doué la Fontaine)



FACTEURS CLES DE SUCCES POUR LA PEPINIERE: Contexte



- Etude réalisée par INH (*Institut National de l'Horticulture* Angers Pays de la Loire)
- Mesdames **C Widehem** et **B Plottu** enseignants chercheurs
- **Objectif:** Définir des outils de réflexion stratégique et indicateurs de pilotage
- **Moyen:** Analyse de groupe d'entreprises de taille significative, en croissance sur la période étudiée

FACTEURS CLES DE SUCCES POUR LA PEPINIERE: *Résultats*

- **L'augmentation du chiffre d'affaires:**
croissance interne
- **La spécialisation sur un marché:** jeunes plants, jardineries spécialisées, arbres pour le paysage...
- Augmentation des surfaces
- **Processus de production fractionné**

FACTEURS CLES DE SUCCES POUR LA PEPINIERE: *Résultats*

- Développement de la main d'œuvre de **saisonniers**
- Politique de **formation continue** de la main-d'œuvre
- Conduite d'entreprise en tenant compte de la **concurrence étrangère**

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: 6 groupes identifiés

- **Producteurs détaillants**, vente aux détail sur place ou sur marchés
- Producteurs vendant à d'autres producteurs
- Producteurs sur le marché du **paysage** et collectivités
- Producteurs vendant aux **jardineries – centres jardins**
- Producteurs vendant à la **distribution non spécialisée**: GSA, GSB
- Producteurs vendant aux **grossistes spécialisés**

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: PRODUCTEURS DETAILLANTS

- **Points forts**
 - Souplesse et réactivité
 - Service et conseil aux clients
 - Trésorerie liée à paiement comptant
 - Perspective de développement
- **Points faibles**
 - Faible capacité de financement
 - Organisation commerciale réduite
 - Relatif isolement
 - Manque de visibilité stratégique

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIERE FRANCAISE: PRODUCTEURS DETAILLANTS

- **EVOLUTIONS:**

- Pas de croissance envisagée
- Stabilité de la clientèle et du chiffre d'affaires
- Maintien de la taille de l'entreprise



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIERE FRANCAISE: PRODUCTEURS VENDANT A DISTRIBUTION SPECIALISEE

- **Points forts**

- Répartition des risques sur plusieurs marchés
- Adaptation à la demande produits et services
- Bon niveau d'équipement
- Situation financière satisfaisante en Pays de Loire

- **Points faibles**

- Marché très concurrentiel
- Comportement difficile des clients
- Dispersion sur plusieurs marchés
- Problèmes logistiques récurrents
- Main-d'oeuvre

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIERE FRANCAISE: PRODUCTEURS VENDANT A LA DISTRIBUTION SPECIALISEE

- **EVOLUTIONS:**

- Développement de la production et des gammes
- Approche de nouveaux marchés
- Croissance modérée des ventes
- Nécessité d'investir pour le renouvellement d'équipements et accroître la production



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIERE FRANCAISE: PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHE DU PAYSAGE

- **Points forts**

- Répartition des risques sur plusieurs marchés
- Qualité et qualification de la main-d'œuvre
- Bon niveau d'équipement
- Marché régional porteur
- Connaissance des besoins des clients

- **Points faibles**

- Taille trop faible pour répondre aux appels d'offre importants
- Concurrence entre producteurs
- Dispersion sur plusieurs marchés
- Délais de paiement allongés défavorables à la trésorerie

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHE DU PAYSAGE SPECIALISEE

• EVOLUTIONS:

- Développement des gammes
- Activité de négoce accrue
- Croissance modérée des ventes
- Nécessité d'investir dans les équipements (arracheuses...)



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHE DES GMS

• *Points forts*

- Marché en développement
- Organisation commerciale et logistique adaptées
- Bonne réactivité par rapport aux produits et aux services
- Recherche permanente de compétitivité

• *Points faibles*

- Volumes encore insuffisants
- Besoins d'investissement pour rester compétitif
- Situation financière et trésorerie fragiles
- Peu de coordination avec les collègues et fortes pressions concurrentielles

CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHE DES GMS

• EVOLUTIONS:

- Développement de la production
- Nécessité d'investir dans les équipements de productivité



CARACTERISTIQUES DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE: PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHE DES PRODUCTEURS

• *Points forts*

- Entreprises de dimension nationale à bonne notoriété
- Bonne réactivité à la demande
- Activité de création variétale

• *Points faibles*

- Qualification et coût de la main-d'œuvre
- Besoins d'investissement pour rester compétitif
- Forte concurrence étrangère et baisse des prix
- Fragilité du marché des pépiniéristes éleveurs

CARACTÉRISTIQUES DE LA PEPINIERE FRANÇAISE:
**PRODUCTEURS VENDANT SUR LE MARCHÉ DES
PRODUCTEURS**

• **EVOLUTIONS:**

- Développement de la production
- Nécessité d'investir dans les équipements de productivité et la recherche variétale
- Protection des variétés ressentie comme une obligation



EVOLUTION DE LA PEPINIERE FRANÇAISE:
SURMONTER LES DIFFICULTÉS ACTUELLES

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

- Face à la crise, mettre en œuvre **une stratégie d'adaptation**
- Travailler pour être placé lors de la relance
- **Combattre l'immobilisme**
- **Etre principalement dynamique commercialement**

**EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:
SURMONTER LES DIFFICULTES ACTUELLES**

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

- Des ventes de végétaux « Haut de gamme » plus difficiles
- Etre pro actif: Suivi des clients primordial
- Suivre l'évolution des marchés et communiquer
- Espoir de maintenir ou favoriser les consommations du chez soi: Bricolage, ameublement, jardin...

**EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:
5 CONSEILS POUR AIDER À PASSER LA PÉRIODE DIFFICILE**

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

• 1 -TRAVAILLER LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ

- Identifier les catégories de clients
- Étudier leurs attentes
- Adapter son offre
- Travailler avec les collègues
- Mutualiser une partie des moyens

EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:

5 CONSEILS POUR AIDER À PASSER LA PÉRIODE DIFFICILE

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

• **2 -TRAVAILLER SA BASE DE DONNÉES**

- Fidéliser sa clientèle existante
- Communiquer régulièrement
- Rappeler son offre
- Encourager les clients à nous faire confiance

EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:

5 CONSEILS POUR AIDER À PASSER LA PÉRIODE DIFFICILE

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

• **3 -RATTACHER SON ENTREPRISE À UNE CAUSE JUSTE ET LE FAIRE SAVOIR**

- Clients sensibles aux causes porteuses de sens:
environnement, santé dépollution...
- Le végétal, pilier du développement durable et du bien-être dans le jardin, la ville
- Imaginer le moyen de rendre l'entreprise attractive pour ses clients

EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:

5 CONSEILS POUR AIDER A PASSER LA PERIODE DIFFICILE

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

**• 4 -MULTIPLIER LES OCCASIONS DE CONTACT
AVEC LES CLIENTS**

- Favoriser échanges d'avis et d'opinions**
- Importance des nouvelles techniques d'informations
et de communication**

EVOLUTION DE LA PEPINIÈRE FRANÇAISE:

5 CONSEILS POUR AIDER A PASSER LA PERIODE DIFFICILE

Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

**. 5 -INVESTIR DANS LA DEMARCHE COMPETENCE
et RELATION HUMAINE**

*Enquête: 80% des entreprises se jugent compétentes,
8% des clients sont d'accords!*

- Amélioration des services reste prioritaire**
- La formation des personnes reste déterminante**

EVOLUTION DE LA PEPINIERE FRANCAISE:
5 CONSEILS POUR AIDER A PASSER LA PERIODE DIFFICILE
Brand WAGENAAR analyste et conseil en communication Médioflor

Un patron

Une équipe de salariés motivés

Des clients satisfaits

Seront les FACTEURS DE RÉUSSITE



Je vous remercie de votre attention.