

Fleurissons nos échanges

Fleurir des lieux : possibilités et défis liés à la vente directe

Mylène Blanchard

Conseillère en commercialisation

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation – Direction régionale de l'Estrie

1^{er} février 2023 – Saint-Hyacinthe

Durant notre 30 minutes

- Votre produit, il est pour qui?
- La vente directe : est-ce pour tous?
- Vente directe aux particuliers
- Vente directe aux entreprises
- Témoignage : mon expérience client
- Exercice : mise en situation
- Et en terminant, ...

} Utilisateur final

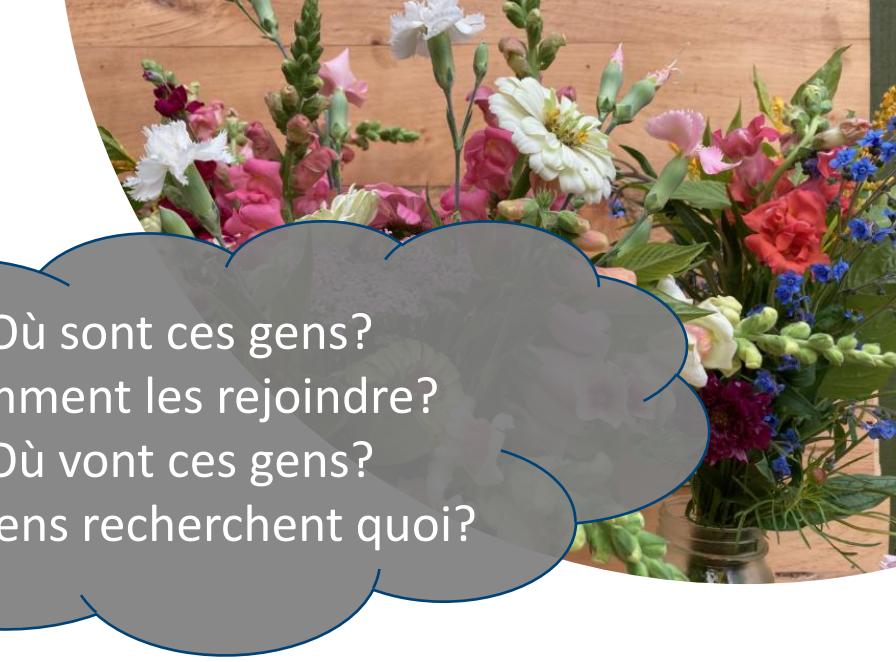
Merci à la ferme Les Jardins d'etc pour nous avoir permis d'utiliser ses photos.



Votre produit

S'adresse à des gens qui ...

- disposent d'un revenu discrétionnaire;
- ont un style de vie fondé sur la beauté de la nature et la qualité de vie;
- ont une sensibilité à l'égard du développement durable.



Où sont ces gens?
Comment les rejoindre?
Où vont ces gens?
Ces gens recherchent quoi?

Votre principal élément de différenciation



vs



Vente directe

- Cela demande de bonnes habiletés relationnelles et du temps
 - Le temps à investir varie selon le canal et la réputation de l'entreprise.



Vente directe aux particuliers

- Abonnement (avec point de cueillette ou service de livraison)
- Kiosque à la ferme (avec service ou libre-service)
- Kiosque hors ferme
- Marché public
- Autocueillette
- Visites à la ferme
- Agrotourisme
- Événements (mariages, funérailles, anniversaires, naissance, fête des mères, retraite, etc.)
- En complément à d'autres produits



Vente directe aux particuliers

En complément à d'autres produits

- Paniers de légumes ASC



- Bouquet proposé avec une boîte prêt-à-manger



A SUJETS D'ACTUALITÉ
Jeudi 19 janvier

Cook it devient actionnaire majoritaire de l'entreprise québécoise Menu Extra spécialisée en haute gastronomie à la maison

"L'entreprise Menu Extra (...) propose des expériences gastronomiques complètes avec des plats prêts-à-enfourner haut de gamme, du vin, **des bouquets de fleurs** ainsi que des suggestions d'ambiance musicale, le tout livré à la maison dans la grande région de Montréal."



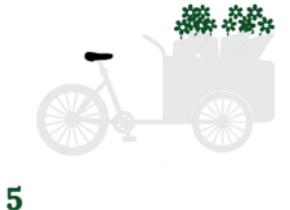
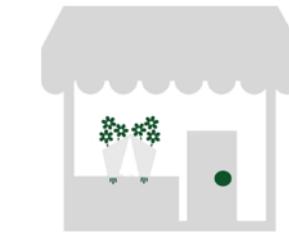
Bouquets sur demande

« À l'heure où, d'un clic, le consommateur peut recevoir ses commandes dès le lendemain au pas de sa porte, l'innovation en commercialisation est assurément un élément clé du développement de cette spécialité agricole. »

Source : L'avenir de la fleur coupée au Québec, Claude Vallée, TCN, septembre 2022



Fleurs d'Ici, première marque de fleurs éthiques, 100 % françaises!



En parlant de la France...



Le label **Fleurs de France**, c'est l'assurance de l'origine française des végétaux que les consommateurs achètent (fleurs, arbres, plantes et bulbes) .

Lorsque plus de 50 % des composants d'un bouquet ont poussé sur le territoire français



Vente directe aux entreprises

- Bureaux de professionnels (ex : avocats...)
- Salons de beauté et spas
- Hôtels et centres de congrès
- Restaurants
- ...



Vente directe aux entreprises

Votre principal élément de différenciation, quel est-il?

Hôtels



Green Key Global est un organisme international de certification environnementale pour les industries de l'hôtellerie et des réunions.

Restaurants



Leaf est un organisme canadien de certification en normes durables pour les services alimentaires allant de l'avant dans leurs efforts environnementaux.

Salons funéraires



Guide pour notamment outiller les intervenants à présenter des alternatives aux familles préoccupées par l'environnement.



Vente directe - comparaison



	Prévisibilité de revenu	Temps à investir	Infrastructures à la ferme	Habiletés en composition florale	Liberté de composition	Accueil à la ferme *	Impact sur la routine
Abonnement	+++	+ ++ (avec service de livraison)	∅	+	+++	∅	∅
Kiosque à la ferme	?	∅	+	+	+++	+	∅
Marché public et kiosque hors ferme	?	+++	∅	+	+++	∅	∅
Autocueillette	?	+	++	∅	∅	+++	∅
Visite à la ferme	? /+	+	++	∅	∅	+++	∅
Agrotourisme	? /+	++	+++	∅	∅	+++	∅

Vente directe - comparaison



	Prévisibilité de revenu	Temps à investir	Infrastructures à la ferme	Habiletés en composition florale	Liberté de composition	Accueil à la ferme *	Impact sur la routine
Mariages et funérailles	++ (mariages) + (funérailles)	++	+ (si RV à la ferme)	+++ (mariages) ++ (funérailles)	+	++	+
Événements (ex : anniversaires et fêtes commerciales, ...)	?	+	∅	++	++	∅	++
Bureaux de professionnels, hôtels, salon de beauté et spas et restaurants	+++ (entente contractuelle)	+++ (démarchage)	∅	++	++	∅	∅

Témoignage : expérience client



- Cadeau pour son 75^e anniversaire de naissance
- Idée : abonnement de bouquets de fleurs locales
- Estrie vs Centre-du-Québec
- Recherche sur le Web
- Site Web de qualité avec beaucoup d'information inspirant confiance
- Possibilité : aux deux semaines ou mensuel par récupération à un point de cueillette ou carte-cadeau
- Choix : forfait mensuel
- Service après transaction
- Information en cours d'abonnement et propositions ultérieures
- Fidélisation de la cliente

Témoignage : expérience client



Revenu discrétionnaire	Oui	+/-
Style de vie beauté de la nature et qualité de vie	+/-	Oui
Développement durable dont l'achat local	Oui	+/-

Mise en situation



- Elle a 60 ans, professionnelle en communications, toujours active.
- Elle est célibataire et sans enfant.
- Elle habite seule à la campagne, elle a grandi sur une ferme, elle jardine un peu.
- Elle dédie son revenu discrétionnaire à la bonne bouffe, aux sorties culturelles et aux virées *van life*.
- Elle est de style contemplatif, elle aime recevoir.
- Elle achète environ 4 bouquets de fleurs locales en saison estivale.
- Elle achète ces bouquets à l'épicerie du village ou lors d'un passage en marché public.
- Pour elle, le bouquet, c'est un achat spontané pour son plaisir ou pour la visite qui s'en vient.



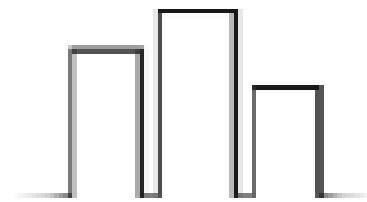
Est-elle votre clientèle cible ?

Mise en situation

Est-elle votre clientèle cible?



- Ça dépend, oui et non, selon l'offre et le moment.
- Elle n'est fidèle à quiconque de vous actuellement.
- Mais elle sera l'une de vos clientèles cibles.
- Elle sera possiblement une cliente fidèle lorsque ...



**Résidences privées
pour retraités**

Fidélisation du consommateur

Plusieurs moyens à votre disposition

- Infolettre
- Sondage de satisfaction
- Vente de semences de fleurs
- Proposition ponctuelle de composition (fleurs séchées, ...)
- Visite privilège de la ferme florale
- Rabais sur achat répété
- ...



En terminant...

- Gardez le cap sur votre projet de cœur, vos intérêts, forces et habiletés.
- Choisissez des canaux de commercialisation de vente directe qui vous conviennent.
- Envisagez des alliances, selon le cas.
- Gardez à l'esprit que votre produit est saisonnier.
- Maintenez la relation avec le consommateur en dehors de la saison estivale.
- Ayez un pas d'avance sur le consommateur.
- Trouvez des moyens de vous différencier.



Merci

