



Val'hor

Les professionnels du végétal

PLAN DE FILIERE

Filière de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage

15 décembre 2017

INTRODUCTION

La filière française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage est constituée de 53 000 entreprises, 170 000 emplois et 14 milliards d'euros de chiffres d'affaires.

Les organisations représentatives de la filière sont réunies au sein de VAL'HOR, l'interprofession reconnue depuis 1998.

Depuis octobre 2017, l'interprofession rassemble 10 organisations membres réparties au sein de 3 collèges distincts :

- un collège Production :
 - la Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et des Pépinières « F.N.P.H.P »,
 - la Fédération Française de la Coopération Fruitière, Légumière et Horticole « FELCOOP »,
 - l'Union Française des Semenciers « U.F.S. »,
 - la Coordination Rurale - Union Nationale « CRUN ».
- un collège Commercialisation :
 - la Fédération Française des Artisans Fleuristes « F.F.A.F. »,
 - la Fédération Nationale des Métiers de la Jardinerie « F.N.M.J »,
 - la Fédération Nationale des Grossistes en Fleurs & Plantes « F.G.F.P. »,
 - l'Association des libres services agricoles « Floralisa ».
- un collège Paysage :
 - l'Union Nationale des Entreprises du Paysage « U.N.E.P. »,
 - la Fédération Française du Paysage « F.F.P. ».

Il convient de rappeler les caractéristiques principales de cette filière qui la distingue des autres filières agricoles et notamment alimentaires :

- une filière longue, marquée par une absence de stade de transformation industrielle,
- une multitude de produits (environ 100 000 références courantes à la vente) et trois grandes catégories : fleurs coupées, végétaux de l'horticulture et végétaux des pépinières,
- un circuit de distribution marqué par une forte part des détaillants spécialisés (74% des ventes aux particuliers) et une intégration verticale des fonctions (producteur-paysagiste, producteur-négociant,...),
- des produits et services non alimentaires particulièrement sensibles aux arbitrages budgétaires,
- une répartition de la consommation finale de la vente de végétaux et de services marquée par une part importante des marchés publics et des donneurs d'ordre. (40 % en travaux de paysage au total dont 20% de marchés publics)
- une balance commerciale largement déficitaire,
- l'un des marchés les plus importants d'Europe,

- une filière à forte intensité de main d'œuvre,
- une réglementation distincte des produits alimentaires (étiquetage, produits phytosanitaires, préservation sanitaire et biodiversité, ...)

La filière travaille en synergie avec les autres interprofessions agricoles mais reste néanmoins marquée par la destination non alimentaire des produits et services. Ainsi, VAL'HOR travaille à l'élaboration d'actions communes de sensibilisation et d'apprentissage des plus jeunes au jardinage en partenariat avec le GNIS (l'interprofession des semences), a intégré l'APAF, l'Association pour la promotion des produits agricoles et agroalimentaires français et travaille, via son institut technique, à la mutualisation des travaux sur de nouvelles méthodes de cultures au sein de coopération entre instituts techniques agricoles réunis par l'ACTA.

Forte de ses spécificités, la filière s'est depuis plusieurs années inscrite dans une démarche de restructuration et de création d'outils de différenciation afin d'accompagner les attentes des consommateurs et des citoyens en termes de performance environnementale, sociale, économique et sanitaire.

Les membres de l'interprofession, représentés par leurs présidents, répondent ainsi favorablement à la demande du Président de la République d'établir un plan de filière définissant les axes stratégiques en réponse aux enjeux et se fixe des objectifs pour la filière à 5 ans. Ce plan de filière s'inscrit pleinement dans la démarche de progrès déjà engagée par la filière et dans la définition du cadre d'actions du prochain accord triennal 2018-2021 dans le cadre du renouvellement de son extension au 1^{er} juillet 2018.

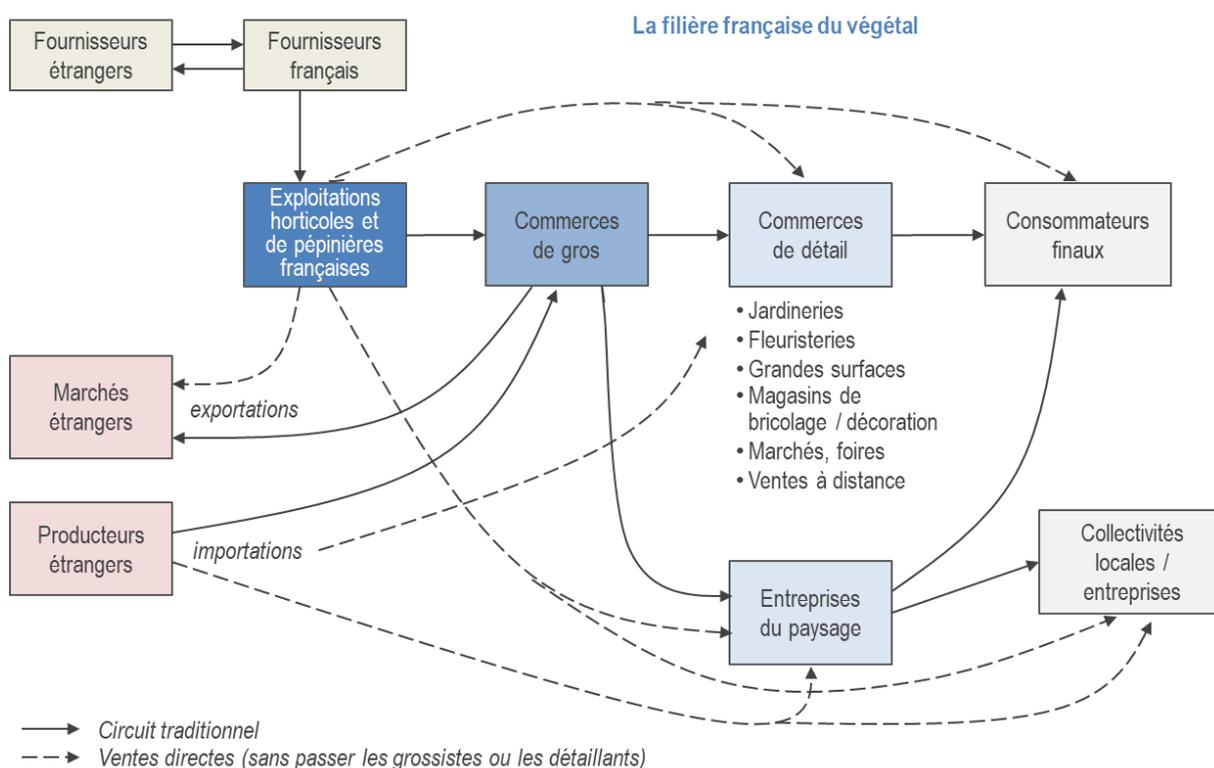
PLAN

- I. DIAGNOSTIC
- II. ENJEUX ET PRIORITES DE LA FILIERE
Tableau des indicateurs chiffrés complet annexé
- III. GOUVERNANCE ET SUIVI

Sources

1. LE DIAGNOSTIC

La filière de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage représente 53 000 entreprises spécialisées à l'origine de 170 000 emplois et réalisant au total un chiffre d'affaires agrégé de 14 milliards d'euros.

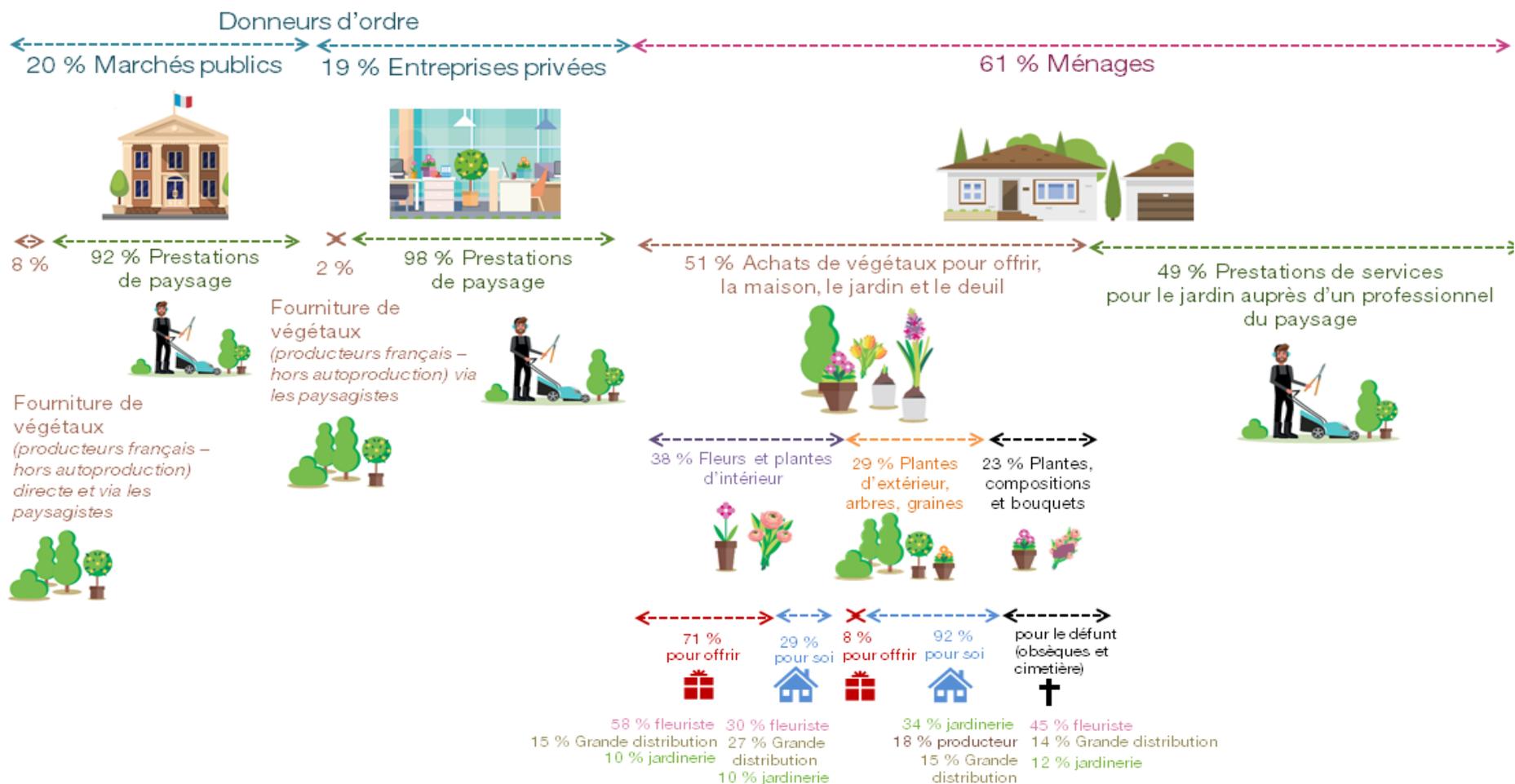


La consommation annuelle totale des particuliers en végétaux d'ornement est estimée à 2,5 milliards d'euros. (Page suivante/Source Panel TNS)

Cette consommation se répartit selon les lieux d'achats suivants (en 2016) et est marquée par une forte représentation des circuits spécialisés (74 % des ventes).

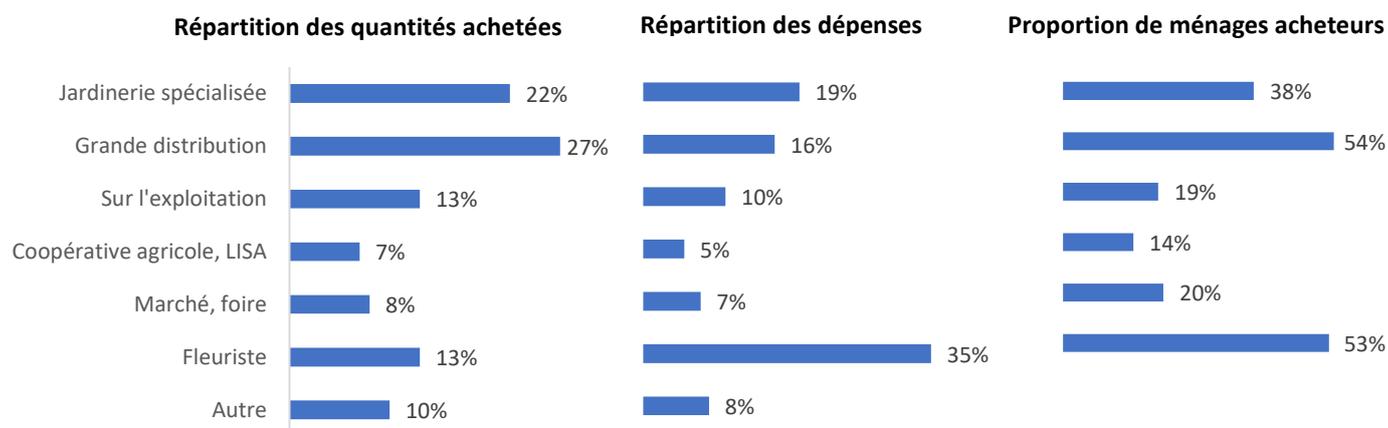


VÉGÉTAL & PAYSAGE : RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION FINALE



Etats des lieux par stade de la filière :**A. LE COMMERCE DE DETAIL**

Pour leurs achats de végétaux, d'ornement et de potager, les Français privilégient les jardinerie spécialisées (23% des achats et 19% de la dépense). Viennent ensuite les enseignes de la grande distribution (19% ; 15%) et les exploitations agricoles (15% ; 11%). Les fleuristes n'assurent que 12% des ventes de plantes et de fleurs ornementales. Se démarquant toutefois par la valeur ajoutée des produits, les fleuristes pratiquent des prix plus élevés qu'ailleurs pour rémunérer leur service aux clients. Ils concentrent ainsi un tiers du marché en valeur.



.Source : Kantar TNS 2016

Jardinerie

Il y a en France 1675 jardinerie/grainerie. Les graineries, qui se caractérisent par une surface commerciale de moins de 1000 m², voient leur nombre diminuer constamment. On en comptait encore en 2014, 460 contre 910 dix ans plus tôt. Les jardinerie quant à elles diminuent légèrement depuis peu. Après une tendance à la hausse pendant les années 2000, le chiffre d'affaires du secteur suit ces dernières années une tendance stable voire décroissante.

Au total, 19 % des dépenses en végétaux d'ornement des foyers sont réalisées en jardinerie/grainerie. Le cœur de métier correspond aux végétaux d'extérieur avec 58 % des dépenses annuelles réalisées en jardinerie / graineries (26 % en végétaux d'intérieur et 17 % en végétaux pour le deuil). Au final, 34,5 % des dépenses en végétaux d'extérieur sont réalisées en jardinerie / graineries. Il s'agit du premier lieu d'achat pour les végétaux d'extérieur. Les deux autres plus grands circuits sont la vente chez le producteur (18 % des sommes dépensées) et la vente en grande distribution (14 % des sommes dépensées).

Grande distribution

Pour l'ensemble des végétaux d'ornement, la grande distribution est le circuit le plus fréquenté (54 % des ménages achètent au moins un végétal dans l'année en grande distribution) suivi de très près toutefois par les magasins de fleuristes (53 %).

Producteurs détaillants

En valeur, le producteur est le deuxième circuit préféré des Français pour les végétaux d'extérieur avec près de 1/5ème des sommes dépensées. Elles totalisent 385 millions d'euros en ventes de végétaux, soit 28% de la valeur commercialisée par l'ensemble des producteurs.

2 079 entreprises horticoles et de pépinière, soit 58% des producteurs français réalisent la plus grande part de leur chiffre d'affaires (plus de 60%) au détail (en vente directe sur l'exploitation et/ou sur les marchés) (*Observatoire AND FranceAgriMer 2016*).

Profitant de la tendance du circuit court, certains producteurs se constituent aujourd'hui en réseau ou développent des marques régionales.

Fleuristes

On dénombre 15 104 fleuristes en 2015 avec une relative stabilité dans le temps. Le chiffre d'affaires total de la profession s'élève à 2 milliards d'euros. Les fleurs coupées (hors deuil) contribuent à 35,5 % du chiffre d'affaires, les plantes d'intérieur à 30 %, les plantes d'extérieur à 5 % et le deuil à 16,5 %. Actuellement, plus de 6 foyers acheteurs de fleurs ou plantes chez le fleuriste (au moins un achat réalisé dans l'année) sur 10 (62 %) habitent dans une agglomération de 20 000 habitants ou plus et près d'un foyer français sur deux (49 %) acheteurs vit dans une agglomération de 100 000 habitants ou plus. Les fleuristes bénéficient d'une image positive auprès du grand public, ils doivent capitaliser sur leurs atouts (proximité, savoir-faire, artisanat, ...) mais corriger leurs faiblesses afin d'optimiser leurs coûts et de séduire une clientèle plus jeune.

Grossistes spécialisés

Le chiffre d'affaires des grossistes spécialisés s'est replié de 8% entre 2012 et 2016. A titre de comparaison, tous secteurs d'activité confondus, le commerce de gros français est également en repli, mais de manière plus contenue (-2%). Cette évolution affecte la démographie des entreprises employeuses (-15% de 2008 à 2015) ainsi que l'emploi salarié du secteur (-14%).

B. LE PAYSAGE

Les entreprises du paysage

Au 31 décembre 2016, on dénombrait 29 100 entreprises du paysage pour 91 800 actifs, dont 63 000 sont salariés, dégagant un chiffre d'affaires de 5,14 milliards d'euros.

Les trois principaux types de clients sont les particuliers qui contribuent à 44 % du chiffre d'affaires des entreprises du paysage, les marchés publics (Etat, collectivités territoriales + SEM, EPA, EPIC) qui assurent 27,5 % du chiffre d'affaires et les entreprises privées (dont la promotion immobilière et les syndicats de copropriété...) qui représentent également 27,5 % du chiffre d'affaires.

En 10 ans, le nombre d'acteurs n'a cessé d'augmenter mais le secteur est très atomisé. Les entreprises sans salarié représentent 64 % du nombre d'entreprises mais réalisent 11 % du chiffre d'affaires. Les entreprises de taille intermédiaire (10 à 49 salariés) représentent 5,5 % des entreprises et 47 % du chiffre d'affaires. La centaine d'entreprises (moins de 1 %) de 50 salariés et plus génère 12 % du chiffre d'affaires.

Ces entreprises sont caractérisées par une forte intensité de main d'œuvre. En effet, 100 000 euros de chiffres d'affaires dans une entreprise du paysage génère en moyenne 1,4 emploi contre 0,4 dans le reste de l'économie. (*Etude Astérès pour l'UNEP 2016*)

L'activité et l'emploi du secteur stagnent depuis 2012. La baisse des dotations de l'Etat aux collectivités locales est en cause (-20% entre 2013 et 2016); les élus ayant été contraints de réduire leurs dépenses d'investissement en dépit de l'appétence manifestée par la société pour le végétal notamment en ville.

Les paysagistes concepteurs

La première édition de l'observatoire de la profession date de 2016 et ne fournit pas d'historique des données. Plus de 1 000 agences privées ont été dénombrées. Ensemble, elles emploient 3 300 personnes, dont 1 800 sont salariées. Leur marché s'est élevé en 2015 à 241 millions d'euros. Ce montant est en baisse de 4% par rapport à l'année précédente.

C. LA PRODUCTION

Le nombre d'exploitations de l'horticulture et des pépinières ornementales s'établissait en 2015 à 3 611 et le chiffre d'affaires en production propre (hors négoce) à 1,2 milliard d'euros HT. Fort employeur de main-d'œuvre comparativement aux autres secteurs agricoles, le secteur de l'horticulture et des pépinières emploie 19 289 personnes (en équivalent temps plein). Il compte moins de 10 coopératives sur l'ensemble de la France. Les producteurs en coopérative sont particulièrement investis dans la mise en œuvre de cahiers des charges qualitatifs ou environnementaux : 25% des producteurs « Plante Bleue » et « Fleurs de France » sont organisés sous la forme coopérative.

En dix ans, la production française a perdu 41 % de ses entreprises. Les regroupements d'entreprises ne compensent qu'en partie les disparitions d'entreprises : la surface de production a reculé de 27 %, le chiffre d'affaires horticole de 23 % et le nombre d'emplois de 36 %.

En fleurs coupées, le chiffre d'affaires total est estimé à près de 97 millions d'euros. Il représente 8 % du chiffre d'affaires de la production française. Les régions PACA et Pays de la Loire représentent à elles-seules près des $\frac{3}{4}$ du chiffre d'affaires de la France en fleurs coupées (avec 41 % et 33 % respectivement). Or, entre 2012 et 2015, le chiffre d'affaires de la région PACA en fleur coupée a perdu 39 % de sa valeur et celui de la région Pays de la Loire 10 %. En même temps, les importations de fleurs coupées n'ont cessé d'augmenter et si la croissance entre 2012 et 2015 n'est que de 1 %, le montant total des importations atteint en 2015 à 324 millions d'euros.

La production en pépinières quant à elle représente 40 % de la production française. La région Pays de la Loire représente à elle-seule $\frac{1}{4}$ du chiffre d'affaires de la pépinière française. Les végétaux d'extérieur (y compris plantes d'extérieur) représentent la moitié des exportations de fleurs et plantes ornementales. Néanmoins, pour ce marché également, la concurrence s'intensifie avec une tendance à la baisse des exportations et une montée progressive des importations.

Le chiffre d'affaires de **l'horticulture** s'élève à 601 millions d'euros, soit 52 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. En horticulture, la production est mieux répartie sur le territoire ; les trois plus grandes régions productrices sont les régions Pays de la Loire (21 %), Auvergne – Rhône-Alpes (17 %) et le Grand Est (11 %). Si entre 2012 et 2015 on a assisté à une hausse des exportations et une baisse des importations de plantes d'intérieur, la valeur des ventes plantes françaises en pot qui représentent 1/5 de la production française a baissé de 30 % en 10 ans. La valeur des ventes de plantes à massif a également diminué de 30 %.

La marge brute s'est érodée au fil des ans. **La capacité d'investissement est aujourd'hui insuffisante** pour accompagner la modernisation des exploitations. Le secteur affiche un déficit d'investissement chronique. Le potentiel de développement des exploitations s'en trouve compromis à moyen et long terme.

En 2015, les producteurs français n'ont exporté que 134 millions d'euros de plantes ornementales quand la filière en a importées pour un milliard d'euros. Le déficit commercial est en conséquence particulièrement élevé, à 866 millions d'euros. **Le taux de couverture des importations par les exportations n'est que de 13%**. Il marque une dégradation de la compétitivité des exploitations françaises, ce taux était de 20% à la fin des années 1990.

Le **secteur semencier** est représenté dans l'interprofession par les entreprises qui interviennent tout au long de la filière en testant l'adaptation de leurs variétés aux différents milieux et à leurs modes de conduite en fonction des évolutions de la société. Ces entreprises fournissent les végétaux multipliés par semences (légumes, fleurs et gazons) aux jardiniers amateurs, aux producteurs de plants pour les jardiniers amateurs, aux paysagistes et aux collectivités locales. Le marché national est estimé à 380 M€. La part des ventes directes de semences potagères et florales aux 19 millions de jardiniers amateurs diminue régulièrement au profit des jeunes plants. Les jardins particuliers représentent 1 million d'hectares en France, dont 300 000 ha de potagers.

Au sein de ce secteur, les semences de gazon représentent environ 1700 t/an. Les espaces verts et sportifs sont estimés à 1 200 000 ha, dont 500 000 ha d'espaces de sport, pelouses collectives et voies de communication. Le marché national des gazons est estimé à 52 millions d'euros, dont environ 45 % pour les espaces verts collectifs. Ce marché s'appuie sur un Catalogue Officiel Français des semences à Gazons comprenant plus de 220 variétés testées pour leur valeur agronomique, technologique et environnementale. Les semences sont produites en partie par 4000 agriculteurs multiplicateurs en France et sont soumises à certification officielle.

2. LES ENJEUX ET PRIORITES DE LA FILIERE

L'ensemble de la filière souffre d'un paradoxe.

La végétalisation des espaces publics et privés est largement mise en valeur et plébiscitée par les citoyens et les médias. Toutefois, ces attentes de végétalisation sont contraintes par les arbitrages budgétaires des ménages et des donneurs d'ordres publics et privés et ne se traduisent pas par une hausse significative d'achats de végétaux, ou de services d'entretien ou d'aménagement des jardins et des espaces verts.

Par ailleurs, les aspirations des consommateurs à cultiver des végétaux sont confrontées à leur méconnaissance des gestes du jardinage dans une population de plus en plus citadine.

Ainsi, la filière doit s'appuyer sur l'image positive de la végétalisation des espaces publics et privés et démontrer la valeur ajoutée des produits et des politiques d'aménagement intégrant une large place à la végétalisation de l'espace public et de la ville.

C'est cette démarche de différenciation de la production française et de la promotion des bienfaits de la végétalisation que les professionnels mènent depuis plusieurs années. Ils souhaitent aujourd'hui réaffirmer leur volonté de s'adapter à l'évolution des marchés pour retrouver de la valeur et dynamiser la filière. Dans cette optique, des objectifs de filière ambitieux ont été définis.

Les principaux axes pour répondre aux enjeux identifiés par la filière sont de :

- **Répondre aux demandes et attentes du consommateur/citoyen :**
 - Caractériser et évaluer les externalités positives du végétal sur l'environnement et le cadre de vie ;
 - Confirmer les engagements sociaux, environnementaux et économiques pris par les entreprises de la filière par la promotion et l'augmentation du nombre d'entreprises engagées dans une démarche éco-responsable ;
 - Promouvoir des politiques d'aménagement favorables aux espaces végétalisés ainsi que des modes de culture et d'entretien des espaces verts respectueux de l'environnement, de la biodiversité, de la santé ;
 - Eduquer à la culture du végétal, vecteur de lien social.

- **Créer la préférence pour réduire le déficit commercial et redonner de la valeur aux produits et services de la filière :**
 - Identifier et faire connaître aux consommateurs la qualité des produits et services par des labels d'identification de la qualité et de l'origine ;
 - Donner plus de place aux acteurs de l'aval dans les programmes de recherche appliquée ;
 - Mettre à profit l'ancrage territorial des produits et services par la valorisation de l'accessibilité et de la proximité des acteurs ;
 - Réaliser un audit afin de développer la capacité exportatrice des entreprises de la filière.

- **Améliorer les facteurs de compétitivité au niveau de la filière :**
 - Auditer les facteurs de regroupement des entreprises et d'optimisation de la chaîne logistique,
 - Créer des plateformes de dialogue interprofessionnel sur les enjeux sanitaires et d'environnement juridique,
 - Faire de la filière, une filière attractive pour les jeunes et accompagner les actifs aux nouveaux enjeux,
 - Maintenir les efforts d'investissement sur des programmes de recherche appliquée ayant pour objet l'amélioration de la performance environnementale des produits et itinéraires techniques,
 - Accompagner le développement des nouvelles filières françaises de produits végétaux pour la bioéconomie,
 - Soutenir l'innovation des PME de l'ensemble de la filière ;
 - Soutien de l'économie du secteur et de la croissance verte par une fiscalité écologique sur les produits et les prestations de plantation et d'entretien.

- **Améliorer les facteurs de compétitivité au niveau des entreprises :**
 - Réduire l'atomisation des opérateurs de la filière et favoriser le regroupement de l'offre et de la demande ;
 - Inciter les entreprises de la filière à engager une politique d'investissement répondant aux enjeux écologiques et numériques ;
 - Favoriser la transmission des entreprises pour sauvegarder les capacités de la filière française ;
 - Renforcer la transparence des marchés et la connaissance des acteurs ;
 - Instaurer un groupe de travail interprofessionnel sur les relations contractuelles.

Les objectifs définis dans le plan sont un guide pour les 5 ans à venir ; ils constituent des axes de travail de la filière pour accompagner les transformations environnementales, économiques, sociales et numériques. Ils seront suivis par les instances interprofessionnelles et par une conférence annuelle réunissant, outre les organisations professionnelles membres de VAL'HOR, les différentes parties prenantes : associations environnementales, représentants des consommateurs et les donneurs d'ordre public et privé, autres organisations professionnelles.

Cette conférence annuelle sera chargée de suivre les ambitions portées et le cas échéant, de proposer des modifications de celles-ci ou de proposer de nouvelles pistes de travail.

NB : Les objectifs sont déclinés ci-dessous en fonction des axes,

NB : Le tableau annexé au plan présente de façon détaillée les outils d'action ainsi que la référence aux thèmes et sous-thèmes communiqués le 11/12.

A. REPONDRE AUX DEMANDES ET ATTENTES DU CONSOMMATEUR CITOYEN

Le végétal est largement plébiscité et bénéficie d'une image positive. Néanmoins, cette image ne se traduit pas par une demande dynamique pour les professionnels, le végétal étant largement affecté par les contraintes économiques qui pèsent sur les consommateurs comme sur les collectivités. Il importe donc pour la filière d'aller au-delà de la seule image positive et ornementale du végétal et des aménagements paysagers. Il faut recenser, tester et démontrer que le végétal est essentiel à la vie et caractériser ses fonctions écosystémiques, économiques et sociales.

Consciente que la caractérisation des bienfaits du végétal doit nécessairement s'accompagner de démarches vertueuses, la filière s'est engagée depuis plusieurs années dans une certification RSE des entreprises de production et des politiques de préservation de la biodiversité et d'accompagnement des plans écophyto et du zéro-phyto à l'entretien. L'objectif est donc pour les 5 prochaines années d'augmenter le nombre d'entreprises engagées dans ces démarches et d'étudier de nouveaux aspects (prévention du risque allergique, ...). Par ailleurs, les actions de promotion collective répondant aux enjeux écologiques, sociaux et à la protection de la biodiversité seront poursuivies ou relancées avec des objectifs ambitieux (un arbre pour le climat, semaine des plantes mellifères, jardinons à l'école...)

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Caractériser et valoriser les fonctionnalités positives du Végétal notamment sur l'environnement, le climat, la biodiversité et le cadre de vie	Caractérisation des bienfaits du végétal	2 évaluations via le "toolkit" (outil de valorisation des bienfaits des aménagements paysagers urbains sur le climat, la qualité de vie, la biodiversité, eau, santé/bien-être,...)	40 évaluations via le toolkit
Engager la filière dans une politique de développement durable (social, environnemental et économique)	Engager les entreprises de la filière dans des démarches RSE	50% de la surface de production en « Plante Bleue » et MPS (dont 6 en HVE haute valeur environnementale) Paysagistes en AFAC 26000	2/3 % de la surface de production en « Plante Bleue » et MPS dont 200 en HVE Guide de la RSE pour les TPE avec un outil d'auto-évaluation
Promouvoir des politiques d'aménagements respectueuses de l'environnement	Intégration du végétal dans les politiques d'aménagements des collectivités (<i>plan local d'urbanisme, aménagements collectifs sportifs, ...</i>)	guides et référentiels à consolider et modèles issus des marchés publics à adapter aux spécificités du végétal VS secteur des travaux publics	référentiels adaptés au paysage
Promouvoir la production et l'utilisation de produits respectueux de la biodiversité locale	Renoncer à la production, la vente, la prescription et l'utilisation de plantes envahissantes nuisibles à la biodiversité locale	Code de conduite des PEE : 394 engagés	Code de conduite des PEE : 2000 engagés

II- Enjeux et priorités de la filière

Promouvoir des politiques d'aménagements de l'espace public réduisant le risque allergène et améliorant la qualité de l'air	Promouvoir les bonnes pratiques pour limiter la concentration d'un même pollen dans l'air et le recours aux professionnels du paysage	Pas de politique actuelle de filière sur ce sujet	Création d'une charte d'engagement de la filière et d'un guide d'aménagement afin de sensibiliser les acheteurs
Promouvoir la lutte contre le réchauffement climatique	Lancer une campagne de plantation d'arbres "capteurs" de carbone soutenue par des données scientifiques et une sensibilisation des pouvoirs publics	Pas de politique actuelle de filière sur ce sujet	10 000 arbres plantés dans le cadre de l'opération.
Promouvoir la protection des pollinisateurs et de la biodiversité	Lancer une campagne de promotion des fleurs et plantes particulièrement nectarifères soutenue par des données scientifiques et une sensibilisation des pouvoirs publics	Edition d'un guide des plantes attractives pour les abeilles	Augmentation de 15% des ventes mélanges de semences mellifères 2000 communes engagées
Promouvoir des politiques valorisant le rôle social du végétal	Préserver et augmenter le nombre de jardins familiaux, collectifs et partagés	Plus de 9 Français sur 10 estiment que le contact avec les plantes, les végétaux et les jardins est important	Augmentation du nombre de jardins familiaux, collectifs et partagés
Eduquer à la connaissance des produits et du jardinage	Eduquer les enfants et les jeunes au soin des fleurs et plantes	Modules "Jardinons à l'école" 56 000 enfants touchés en 2017	80 000 enfants touchés en 2022

B. « CREER LA PREFERENCE » POUR REDUIRE LE DEFICIT COMMERCIAL

Malgré l'image positive du produit, la filière française est soumise à une forte concurrence notamment des pays européens et est largement déficitaire (866 millions d'euros) alors même que le marché français est l'un des plus gros marchés à la consommation en Europe.

Les produits sont peu marqués et, contrairement à d'autres filières agricoles, non soumis à un affichage ou à un étiquetage de l'origine. Ainsi, la filière s'est engagée dans une démarche de différenciation et d'identification de l'origine auprès des consommateurs, désireux de favoriser l'emploi et les produits locaux, ou auprès des collectivités intéressées au développement de l'approvisionnement de proximité. Par ailleurs, la filière compte aujourd'hui 5 produits sous « Label Rouge ».

La filière souhaite capitaliser et démultiplier ces expériences afin de faire des produits français, associés aux démarches de responsabilité sociétale et environnementale¹, des produits de qualité supérieure, qualité reconnue et reconnaissable.

La filière s'engage à poursuivre ses efforts dans cette voie en s'appuyant notamment sur des travaux de recherche associant tous les maillons de la filière. Par ailleurs, la filière est peu présente à l'export. Afin de développer ce marché et faire valoir la qualité française à l'export, la filière souhaite s'engager dans un audit de son potentiel d'exportation.

¹ Toutes les entreprises engagées dans la démarche « Fleurs de France » depuis 2017 s'inscrivent dans une démarche RSE

II- Enjeux et priorités de la filière

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Identifier et faire connaître la production horticole française	Identifier la production française au moment de l'acte d'achat par l'utilisation du logo "Fleurs de France"	1 056 entreprises engagées (dont 438 producteurs) sur les 53 000 entreprises de la filière	20% des entreprises de la filière et 50% des producteurs engagés dans la démarche "Fleurs de France"
Identifier et faire connaître la production horticole française	Promouvoir largement l'adhésion à la démarche « Fleurs de France »	Pas de campagne de promotion interprofessionnelle	Permettre le financement de campagne de promotion par la cotisation interprofessionnelle étendue
Identifier et faire connaître la qualité supérieure des productions	Développer le nombre de Labels de qualité et d'indications géographiques reconnues dans la filière	5 produits Label Rouge reconnus et 10 sections en cours de création	20 produits (Label Rouge et IGP reconnus) représentant 10% de la production nationale des produits concernés
Développer la filière biologique horticole	Réaliser un programme de recherche sur le développement de la filière biologique en horticulture		Réalisation d'un programme de recherche sur la faisabilité d'une filière bio tout au long du process de production/ Expérimentation
Identifier et faire connaître la qualité supérieure des services auprès des particuliers	Développer une certification "services" pour les entreprises du végétal adaptée à la cible consommateur	Pas de label dédié pour les entreprises du paysage	Création d'un label dédié auprès du consommateur
Développer de nouvelles innovations et de nouveaux débouchés pour le végétal	Soutenir et promouvoir le développement des filières du génie écologique et s'assurer de la disponibilité de végétaux adaptés	3 colloques "génie écologique" réalisés pour promouvoir les filières auprès des prescripteurs et soutien à la démarche "Végétal local" : 30 producteurs	Développer de nouveaux débouchés. Développement de la démarche " Végétal local " : 100 producteurs
Développer la qualité supérieure des productions par une meilleure appropriation à l'aval	Augmenter la coopération des acteurs par l'augmentation de projets de recherches	Pas de soutien public à la recherche collective pour l'aval de la filière horticole à la différence des métiers aval IAA	20% des projets de l'institut technique ASTREDHOR portent sur plusieurs maillons de la filière
Identifier et faire connaître la production horticole de proximité et les circuits dits courts	Promouvoir les nouveaux leviers opérationnels de la mise en concurrence permettant de faire appel à des producteurs locaux	Edition d'un guide avec l'AMF et d'une fiche Locavert / en 2017 : 192,9 millions d'euros de ventes des producteurs vers le marché du paysage (AND)	Augmentation de ventes des producteurs vers le marché du paysage (AND)
Identifier et faire connaître la production horticole de proximité et les circuits dits courts	Décliner la fiche "Locavert" réalisée au niveau national en régions	2 chartes d'engagements signées au niveau régional reprenant les engagements de la fiche	13 régions métropolitaines signataires de la charte
Identifier et faire connaître la production horticole locale	Développement de marques régionales complémentaires à l'identifiant national et assises sur un contrôle strict de la traçabilité	Démarches régionales existantes (pas de données sur les volumes)	Création de démarches régionales imposant un strict contrôle de la traçabilité
Identifier le potentiel d'exportation de la production et des entreprises d'aménagements et de conception françaises	Effectuer un audit sur le potentiel d'exportation de l'offre des entreprises françaises	Pas d'informations générales sur les freins et les pays cibles	A définir en fonction des recommandations et réaliser des expérimentations

C. AMELIORER LES FACTEURS DE COMPETITIVITE....

1.C.1.de la filière

La filière souffre d'un déficit de compétitivité à l'égard notamment de ses voisins européens. Au-delà des facteurs de compétitivité propres à chaque entreprises, les organisations professionnelles souhaitent engager des démarches collectives susceptibles d'améliorer l'environnement économique des entreprises de la filière ou leur connaissance des axes d'amélioration. Une étude de compétitivité doit démarrer en 2018. Afin de soutenir cette démarche, les professionnels souhaitent également identifier les freins au regroupement d'entreprises et les axes d'amélioration logistique de la filière.

Par ailleurs, les organisations professionnelles maintiennent leurs engagements collectifs via leur accompagnement aux centres techniques (ASTREDHOR et Plante & Cité) à financer les démarches d'innovation.

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Compenser l'atomisation des entreprises de la production	Etudier les facteurs de regroupement permettant d'allier le maintien d'une diversité de production tout en maintenant des entreprises à taille humaine.	Pas de connaissance des facteurs de regroupement	Identification des facteurs de regroupement, information sur les différentes formes de regroupement
Optimisation de la chaîne logistique	Réaliser un audit de la chaîne logistique de la filière	Pas d'informations générales sur les axes d'amélioration	A définir en fonction des recommandations et réaliser des expérimentations
Favoriser l'anticipation des mutations à venir, notamment le e-commerce	Réaliser un audit de la situation de la filière par rapport aux enjeux numériques et notamment au e-commerce	Réalisation d'une étude prospective en 2012 et étude compétitivité en 2018	Evaluation de nos outils de production, logistique/Mise en place d'une stratégie
Favoriser la connaissance du marché	Favoriser la connaissance des disponibilités produits en modifiant la nomenclature du recensement horticole (Agreste)	Pas de connaissance de la valeur des végétaux produits (espèces) (mais uniquement des grandes catégories) : 10 catégories	Reprise de catégories détaillées dans le recensement horticole : au moins 80 références dans 6 catégories
Défendre et accompagner les entreprises / aspects réglementaires et risques de surtransposition nationale des directives européennes	Mise en place d'une plateforme interprofessionnelle : véritable interface avec les pouvoirs publics pour défendre les intérêts de la filière	"gestion de crise" pouvant mettre en péril la profession ex : dossier des OGM / pétunias en 2018	Mise en place d'une équipe de veille, capable de gérer des situations de crise soit médiatique, soit réglementaire.

II- Enjeux et priorités de la filière

Prévention des contraintes sanitaires	Rassembler les professionnels de la filière afin de prévenir l'expansion des problèmes sanitaires et faire connaître les contraintes économiques et techniques pratiques des professionnels	Instance nationale CNOPSAV	Créer et réunir un comité interprofessionnel rassemblant les professionnels référents des questions sanitaires
Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Favoriser la croissance verte et la lutte contre les marchés parallèles	Mise en place d'une fiscalité écologique qui incite à l'achat des produits et services	Les produits végétaux, comme les services végétaux, sont caractérisés par une forte élasticité de la demande aux prix.	Afin de soutenir la consommation des végétaux et des services de plantation et d'entretien, et les services écosystémiques associés, ils doivent bénéficier d'une fiscalité écologique attractive.
Valoriser le recours aux professionnels du paysage et de la conception paysagère	Lutter contre le développement du travail illégal et le recours à des auto-entrepreneurs dans le secteur de l'aménagement paysager		
Favoriser l'attractivité des métiers de la filière et la compétence des actifs à la "multi-performance" environnementale, sanitaire, économique, sociale des entreprises	Connaissance de la diversité des métiers de la filière et valorisation de la "multi-performance" environnementale, sanitaire, économique, sociale des entreprises	Emplois non pourvus à réduire : 37% des fleuristes, 55% des entreprises du paysage et 30% des jardinerie-graineteries ont des difficultés de recrutement	Réduire les emplois non pourvus
Soutenir les programmes de recherches permettant d'améliorer la performance environnementale des produits (variétés) et itinéraires techniques	Orienter les financements interprofessionnels et publics vers l'acquisition de références techniques des variétés résistantes aux maladies, ravageurs et adaptées au changement climatique ainsi que vers la recherche de produits de substitution aux produits phytosanitaires et techniques agro-écologiques permettant de prévenir toute impasse technique à la production et à l'entretien	44% du financement des actions de recherche de l'Institut ASTREDHOR (3,15 M€ sur un total de 7,1 M€) correspondent à ces objectifs	Maintenir l'effort d'investissement sur ces thèmes de recherche par des fonds publics et professionnels (cotisations, cvo, ...) et en assurer le transfert
Soutenir l'innovation pour les PME de l'aval de la filière	Favoriser l'appropriation des travaux d'innovation par les entreprises de l'aval de la filière	Intégration de représentants des entreprises de l'aval dans le processus d'émergence des sujets "d'innovation" et sujets d'innovation dédiés	2, 5 millions d'euros d'investissement sur 5 ans
Accompagner le développement des nouvelles filières françaises de produits végétaux pour la bioéconomie	Soutenir les producteurs qui s'engagent dans la production de végétaux pour des usages innovants et la recherche sur les itinéraires techniques de production de végétaux pour la bioéconomie		

C. AMELIORER LES FACTEURS DE COMPETITIVITE....

1.C.2.des entreprises

Si pour être compétitives, les entreprises doivent pouvoir s'appuyer sur un environnement et des démarches collectives favorables, la compétitivité de la filière est portée par les engagements de tous ses acteurs.

Soumises à un marché atone, les entreprises de la filière ont pu réduire leurs investissements. Les organisations professionnelles s'engagent à promouvoir une démarche de regroupement de l'offre et de la demande et une politique d'investissement auprès de leurs membres. Collectivement, elles sollicitent une politique incitative de l'amont à l'aval.

La transparence des marchés est également un vecteur de compétitivité et de prévisibilité pour les entreprises. La filière est singulière, au regard des autres filières agroalimentaires, et est marquée par une large représentation à la consommation des détaillants spécialisés et des donneurs d'ordre privés et publics. La production française est néanmoins largement concurrencée par des produits d'importation. En s'appuyant sur les démarches d'identification de la production et des entreprises responsables permettant de distinguer la qualité des produits, les organisations professionnelles s'engagent à mettre en place un groupe de travail interprofessionnel, lieu d'échanges sur les relations commerciales entre les acteurs.

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Valoriser des regroupements des entreprises de la production tout en faisant de leurs implantations territoriales un facteur de succès	Favoriser le regroupement de l'offre sous toutes ses formes (coopératives, groupements de producteurs, alliances commerciales, mutualisation des références...)	8 coopératives et 6 alliances	40 nouvelles alliances ou regroupements d'entreprises de la filière
Mutualiser les moyens et les achats des fleuristes	Favoriser la centralisation des achats par le recours aux centrales d'achats indépendantes ou franchisées	4% des fleuristes en mutualisation des achats (NB en franchise)	15% des volumes d'achats
Favoriser une politique d'investissement des entreprises de la production en vue de la modernisation	Retrouver une capacité d'investissement à moyen et long terme aux nouvelles technologies, à l'automatisation, prioriser l'attribution des aides publiques aux producteurs organisés dans un modèle de regroupement de l'offre	L'investissement net moyen est déficitaire	Les regroupements de producteurs créés et les autres groupements de producteurs mettront en œuvre une politique d'investissement

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Favoriser une politique d'investissement des entreprises de la production	Accompagner les investissements des entreprises concourant à la mise en place de systèmes de production agroécologiques	4 réseaux Fermes Dephy de mise en œuvre des itinéraires de cultures innovants (ex poinsettia : baisse de l'IFT de 93%)	Favoriser le transfert des itinéraires de cultures innovants par la production française
Favoriser une politique d'investissement des entreprises de la production	Accompagner les investissements des entreprises concourant à la mise en place de systèmes de production éco-responsables	Fin du dispositif d'aide à la modernisation des outils de production (Serres,...)	Relance du dispositif d'aides à la modernisation des outils de production
Favoriser une politique d'investissement des entreprises du paysage et de la conception paysagère	Accompagner les investissements des entreprises sur l'adaptation à l'entretien sans produits phytosanitaires et à l'automatisation	Aucune information sur la part d'investissement dédiée à l'adaptation à l'entretien sans produits phytosanitaires et à l'automatisation	Outil de mesure et augmentation de la part d'investissement des entreprises du paysage dans ce domaine
Favoriser l'anticipation des mutations en cours pour faciliter l'intégration du végétal dans les projets d'aménagement (BIM)	Modéliser les données relatives au végétal ou à l'aménagement paysager et à ses propriétés	pas de supports adaptés au végétal pouvant être intégrés dans les modèles BIM de gestion des infrastructures et construction	adapter et réaliser des tests toolkits sur les projets d'aménagements
Favoriser une politique d'investissement des entreprises du commerce	Accompagner les investissements des entreprises concourant à la réponse aux attentes des consommateurs en termes de mode consommation (multicanal)	En 2016, 5% des végétaux vendus en ligne	En 2022, 10% de végétaux vendus en ligne. Augmentation des offres en vente en ligne ou en cross-canal
Favoriser le maintien des entreprises de production et le maintien des surfaces horticoles et de pépinière	Réfléchir à un dispositif permettant de pérenniser la transmission des surfaces de production et la reprise des exploitations notamment dans les secteurs à forte pression foncière	seul 1/3 des chefs d'entreprise qui envisagent d'arrêter leur activité prévoient de transmettre leur entreprise (AND)	2/3 des chefs d'entreprise qui envisagent d'arrêter leur activité prévoient de transmettre leur entreprise
Favoriser le maintien des entreprises du paysage et de la conception paysagère	Réfléchir à un dispositif permettant de pérenniser la transmission des entreprises	Peu de dispositifs pour favoriser les lieux d'échanges en vue de la reprise des entreprises	Créer des lieux d'échanges : forums/ réseaux
Favoriser la connaissance du marché	Favoriser la connaissance des disponibilités produits et faciliter les réponses en groupements d'entreprises	Pas de liens entre les informations sur les caractéristiques des produits et leurs disponibilités	lien depuis floriscopes vers les plates formes de disponibilité des produits (ex: végéstock ou choixdugazon.org)

II- Enjeux et priorités de la filière

Priorités	Leviers/ Engagements	Etat des lieux 2017	Objectifs 2022
Favoriser la connaissance du marché	Favoriser la connaissance et le partage des attentes produits et des tendances de consommation sur le marché des particulier et du paysage	Manque de transparence marché pour l'amont	Travaux sur les tendances de consommation
Favoriser la connaissance du marché	Valoriser les produits sous signes de qualité environnementale ou d'origine et favoriser la transparence des attentes du marché et des quantités nécessaires pour les producteurs français	Manque de transparence marché pour l'amont et de connaissance des démarches à l'aval	Présentation des démarches labellisantes de la filière aux acheteurs
Favoriser la contractualisation entre les opérateurs	Création d'un groupe de travail interprofessionnel : lieu d'échanges sur les relations commerciales entre les acteurs	Pas de lieu d'échange et de recommandations interprofessionnelles	Mise en place d'une charte commune (ou livre blanc) visant à clarifier et homogénéiser les pratiques commerciales amont / aval sur des sujets discutés et partagés ensemble

3. GOUVERNANCE ET SUIVI

A. Rénovation de la gouvernance interprofessionnelle en cours de finalisation et d'approbation

Le plan de la filière s'inscrit dans une démarche plus large de rénovation de la gouvernance de l'interprofession et de la préparation de son futur programme d'action triennal 2018-2021 qui s'appliquera en juillet 2018.

La rénovation a été entamée dès 2017, dans le prolongement de l'accord des organisations membres à l'intégration de la Coordination rurale, afin de donner plus d'efficacité à l'action interprofessionnelle. Les présidents des organisations membres ont souhaité impulser une nouvelle dynamique à la vision, à la stratégie et à la gouvernance interprofessionnelles.

Le projet de rénovation de la gouvernance est polarisé sur une vision partagée, **le végétal est essentiel à la vie**, et s'articule autour de la mission de l'interprofession : Organiser la filière et développer les marchés au bénéfice économique des entreprises en favorisant toutes les occasions de promouvoir le végétal et ses bienfaits.

Les objectifs du programme de travail interprofessionnel définis afin de concourir à cette mission sont :

- d'élargir les usages du végétal en lien avec les capacités productives françaises,**
- de renouveler l'image du végétal dans toutes ses dimensions,**
- de chiffrer les bienfaits du végétal dans chacun de ses usages,**
- et d'anticiper les évolutions des marchés et des modes de consommation.**

Les présidents des organisations membres ont souhaité, pour répondre aux enjeux, rendre la gouvernance plus opérationnelle en renforçant la légitimité des instances, en améliorant la réactivité des décisions et en rénovant les commissions interprofessionnelles pour une approche plus systémique.

Ainsi, dans le nouveau modèle de gouvernance :

- La stratégie et les programmes d'actions seront décidés par le Conseil d'administration qui réunira les présidents des organisations membres et leurs seconds, le Bureau étant chargé d'appliquer ces décisions.
- La proposition et le suivi des programmes d'actions seront menés par les commissions interprofessionnelles.

Les commissions interprofessionnelles rassembleront les organisations membres issues de tous les collèges et auront la charge du suivi des actions désormais organisées autour des trois domaines suivants :

- Commission « **Développement économique** » : compétente pour les labels et outils mis à disposition des professionnels et toutes les actions permettant d'améliorer la compétitivité des opérateurs et la création de valeur.
- Commission « **Etudes, Prospective, Innovation** » compétente pour assurer l'observation par la réalisation des études et la tenue d'observatoires, pour anticiper les marchés et pour susciter des démarches d'innovation et notamment d'expérimentation technique ainsi que diffuser ces travaux.

- Commission « **Communication – Promotion** » compétente pour le suivi des actions de promotion et de communication destinés aux différents marchés : particuliers, professionnels (donneurs d'ordre publics ou privés ou à leurs prescripteurs).

Ce projet de révision de la gouvernance est en cours de finalisation et devrait être adopté à l'occasion de la prochaine Assemblée générale en octobre 2018, soit au début de la mise en œuvre du nouveau programme d'actions 2018-2021.

B. Modalités de consultation des parties prenantes et de suivi du plan de filière et de ses objectifs.

L'interprofession est une interprofession longue. Elle rassemble en son sein 4 organisations représentatives des producteurs, l'organisation du commerce de gros spécialisé, 3 organisations représentatives du commerce de détail (fleuristes, libre-service agricoles et jardineries) et les 2 organisations représentatives des entreprises du paysage et des paysagistes concepteurs.

La Coordination Rurale, représentée par son association spécialisée, l'UNIPHOR, a intégré l'interprofession en 2017. Aucune demande d'intégration de la Confédération Paysanne n'a été déposée.

La FCD n'est pas représentée au sein de l'interprofession. Aucune demande d'intégration n'a été déposée en ce sens. La structure du marché de vente aux consommateurs de fleurs et de plantes ne correspond pas au schéma standard alimentaire, seuls 15 % en valeur des ventes directes de fleurs et plantes (hors services) aux consommateurs sont faites en grande distribution. La FCD à ce titre, ne siège d'ailleurs pas au sein du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

Le plan de filière a été approuvé par les présidents des organisations membres de l'interprofession réunis le 12 décembre 2017. Les organisations professionnelles de la filière partagent les enjeux et priorités définis par le plan de filière et s'engagent collectivement à inciter les professionnels de la filière à le mettre en œuvre.

Compte tenu des délais impartis en vue de la présentation du plan de filière, celui-ci n'a pas fait l'objet d'une consultation large auprès d'organismes représentant les intérêts de la société civile, des consommateurs ou des ONG.

Le plan de filière approuvé par les organisations représentatives de la filière a néanmoins fait l'objet d'une présentation en termes de méthode d'élaboration, d'enjeux et d'objectifs au sein du conseil spécialisé de FranceAgriMer le 12 décembre qui rassemble, outre les représentants des professionnels de la filière, des représentants des pouvoirs publics, des syndicats représentatifs des salariés, et des représentants des consommateurs et des collectivités.

Pour autant, l'interprofession travaille depuis plusieurs années en étroite concertation avec plusieurs organisations représentatives :

- Des **donneurs d'ordre public** (NB : 20% de marchés publics en consommation finale) par l'intermédiaire de l'Association des Maires de France (AMF), de l'Assemblée des Départements de France (ADF), Villes de France, l'Association des Communautés de France (ADCF) et d'Hortis (l'Association des responsables d'espaces naturels (parcs et jardins) en ville). A ce titre, de nombreuses consultations avec leurs représentants ont été faites à la faveur des travaux du Cercle Cité Verte, que l'interprofession avait institué sous la présidence de l'académicien Erik

Orsenna. Les relations d'échanges sont également suivies de par leurs participations dans les instances de Plante & Cité et du CNVVF.

- Des **donneurs d'ordre privé** : (NB : 19 % en consommation finale) par l'intermédiaire notamment de partenariats avec l'Union Sociale pour l'Habitat ou les représentants des aménageurs lotisseurs (UNAM). Ces partenaires sont désormais associés aux travaux du Forum Cité Verte, communauté d'acteurs et de discussion autour de la valorisation du végétal en ville.
- Des **jardiniers amateurs et passionnés** par l'intermédiaire de la SNHF (la Société Nationale d'Horticulture de France, une association reconnue d'utilité publique qui réunit les passionnés de plantes et de jardins, amateurs et professionnels, ou encore des relations entretenues autour du Pacte pour le Jardin et enfin de l'AJJH, l'association des journalistes du jardin et de l'horticulture.
- Des **associations de protection de l'environnement et de préservation de la biodiversité**, et notamment avec l'Observatoire Français d'Apidologie (l'OFA) ou la Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO), dans le cadre notamment de l'opération « Un arbre pour le climat » lancée à l'occasion de la COP 21.

Ces partenariats nourris témoignent de la volonté de l'Interprofession d'intégrer et de tenir compte des besoins et attentes de la société civile notamment sur les questions liées à la performance économique, sociale et environnementale de la filière.

Afin de renforcer cette volonté de partenariat et de donner un cadre de discussion aux échanges avec les associations environnementales, les représentants des consommateurs et des donneurs d'ordre public et privé, ainsi que des organisations professionnelles de la filière qui ne siègent pas au sein de VAL'HOR, l'interprofession propose d'organiser une conférence annuelle de suivi des objectifs du plan de filière. Cette conférence pourra suivre l'évolution du plan et le cas échéant proposer de nouveaux objectifs.



Sources :

AND International, Observatoire des données structurelles des entreprises de production de l'horticulture et de la pépinière ornementale, enquête pour FranceAgriMer, données 2015.

Astères, Dynamiser la filière du végétal - Stratégies pour soutenir le développement d'une filière d'avenir, rapport réalisé pour le compte de VAL'HOR, octobre 2017.

CER France, Observatoire économique et financier des exploitations horticoles et pépinières, enquête réalisée pour FranceAgriMer, données 2015.

Douanes, statistiques du commerce extérieur 2016.

I+C, Chiffres clés des entreprises du paysage, enquête réalisée pour VAL'HOR et l'Unep, données 2016.

I+C, chiffres clés des jardineries / graineteries, enquête réalisée pour VAL'HOR et la FNMJ, données 2014.

I+C, chiffres clés des fleuristes, enquête réalisée pour VAL'HOR et la FFAF, données 2015.

I+C, observatoire des paysagistes concepteurs, enquête réalisée pour VAL'HOR et la FFP données 2015.

INSEE-Esane, base de données des grossistes, 2000-2016.

Kantar TNS, Bilan 2016 des achats de végétaux, panel consommateurs réalisé pour VAL'HOR et FranceAgriMer.