

FranceAgriMer

> Les synthèses de FranceAgriMer

octobre 2014 • numéro **1**

HORTICULTURE /

PROSPECTIVE FILIÈRE DU VÉGÉTAL D'ORNEMENT



FranceAgriMer

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr



Prospective Filière du végétal d'ornement

Valhor, interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage a confié à FranceAgriMer, la conduite d'une étude prospective. L'objet de cette étude est d'élaborer des scénarios pour l'avenir de la filière du végétal d'ornement qui puissent servir aux décideurs de la filière, en vue de l'élaboration de stratégies gagnantes.

Méthode

La méthodologie spécifique à la prospective n'a pas pour objet de prédire l'avenir mais de permettre d'anticiper différentes situations assez typées que l'on pourrait rencontrer, sans préjuger de leur caractère probable, . Ces situations et les chemins qui y conduisent sont inscrits dans des « scénarios » qu'il s'agit de présenter aux commanditaires et décideurs. L'élaboration de ces scénarios incombe à des experts qui sont identifiés et réunis, et dont les compétences diversifiées sont croisées dans un contexte de liberté de parole et d'efforts constants de compréhension mutuelle. Le groupe d'experts, dénommé « cellule d'animation » de la prospective, constitué de chercheurs, d'experts de l'administration, d'institutionnels et de professionnels de la filière du végétal d'ornement, a compté 22 membres et s'est réuni 18 fois en 24 mois

Le travail a pour base la méthode SYSPAHMM (Système, Processus, Agrégat d'Hypothèses, Micro et Macrosécarios) formalisée par M. et C. Sebillotte à l'INRA. Cette méthode repose sur la représentation commune du système étudié et des problématiques porteuses d'enjeux pour l'avenir, qui font l'objet d'exposés d'experts puis servent de support pour la rédaction d'hypothèses, dont l'expression en recto et en verso permet d'envisager différents futurs possibles. Près de 500 hypothèses ont ainsi été rédigées par la cellule d'animation. **83 hypothèses**, jugées les plus déterminantes pour l'avenir de la filière, ont, in fine, été sélectionnées. Ces hypothèses ne sont pas uniquement tendanciellles, elles incluent également des « signaux faibles » actuellement d'ampleur limitée mais jugés potentiellement porteurs de modifications sensibles de la trajectoire pour l'avenir de la filière. Les relations d'influences / dépendances entre ces hypothèses considérées deux à deux ont été établies et utilisées pour regrouper les hypothèses les plus liées entre elles en agrégats ; ceux-ci constituent la trame des scénarios interdisciplinaires qui tiennent ainsi compte des liens entre les hypothèses et en valorisent les libellés recto et verso. À l'issue de plusieurs étapes de réduction de la complexité, **4 scénarios contrastés** d'évolution de la filière du végétal d'ornement à l'horizon 2025-2030 ont été écrits.

Les thèmes abordés dans les scénarios

Les 4 scénarios pour la filière présentés ci-après, ont en commun d'aborder des familles de questions. Ces questions peuvent être structurées en 3 thèmes :

➤ ceux relatifs au contexte économique et réglementaire dans lequel évolue la filière du végétal d'ornement en abordant notamment les questions de politique internationale dans le domaine commercial ou environnemental, les facteurs et contraintes de production, le fonctionnement des aides européennes du second pilier, en France, la politique de la Ville et celle de la Recherche et enfin les attentes sociétales vis-à-vis du végétal.

➤ ceux relatifs aux principales caractéristiques structurelles de la filière du végétal d'ornement : émergence de nouveaux métiers, maintien d'une R&D spécifique, localisation de la création variétale et de la production de jeunes plants, coûts de production, les flux commerciaux internationaux et notamment la place des Pays-Bas, le maintien d'une spécificité sectorielle, la concentration des acteurs, et le rôle de l'interprofession.

➤ enfin, ceux relatifs à l'offre et à la demande : la structuration de l'offre, les critères de choix des ménages et des collectivités, le développement de fonctionnalités diverses du végétal.

In fine chacune de ces quatre histoires correspond à une combinatoire unique de réponses apportées à ces familles communes de questions.

Pour chaque scénario il est possible de dégager les enjeux et conséquences pour la filière du végétal d'ornement, l'interprofession Valhor, telle ou telle famille professionnelle spécifique au sein de la filière :

si le scénario se produit, alors,

- qu'est-ce qu'on gagne (en quoi est-ce une opportunité)
- qu'est-ce qu'on perd (en quoi est-ce un risque ou une menace)
- et quelles sont les conséquences ?

Contexte économique et réglementaire	Filière du végétal d'ornement		Offre / demande
Politique internationale commerciale ou environnementale (déréglementation vs normes,...)	Formation (nouveaux métiers)	Spécificité de la R&D Provenance de l'innovation (internalisée vs externalisée)	Gammes par usage Collections vs saisons Marques
Facteurs et contraintes de production (occupation de l'espace, eau, énergie, OGM,...)	Génétique / création variétale Production de jeunes plants	Coûts de production (Co-production d'électricité,...)	Le marché des ménages Achat pour soi vs pour offrir Critères de choix (prix, proximité, empreinte carbone, équitable,...) Critères socio démographiques
Affichage environnemental			
Aides UE au développement rural	Flux commerciaux internationaux (Place des Pays-Bas,...)		Le marché des collectivités Critères de choix (prix, proximité, RSE,...)
Politique publique française politique de la ville, politique de recherche	Spécificité sectorielle Concurrence vs synergie / l'alimentaire Autonomie vs dépendance relativement au BTP- GSA-GSB,...		Fonctionnalité du végétal (hédonisme, santé, gestion de l'eau, phyto-remédiation des sols, agriculture urbaine,...)
Attentes sociétales vis-à-vis du végétal	Structuration / concentration des acteurs	Rôle de l'interprofession	



Scénario : Désagrégation d'une filière réduite à jouer la préférence locale

En réaction aux conséquences sociales des difficultés économiques, le besoin de régulation s'impose et des normes sociales et environnementales sont introduites dans les règles d'échanges ; couplé à un coût élevé de l'énergie, l'ensemble s'accompagne de diverses conséquences :

- L'acceptation d'une certaine dose de néoprotectionnisme, avec notamment la possibilité de favoriser la production locale dans les marchés publics. De fait, les clients publics mais également les ménages privilégient les achats locaux, même avec un surcoût par rapport aux productions plus lointaines, et la marque commerciale devient moins importante que l'indication de provenance !
- Sécurisés par des débouchés locaux privilégiés et par une politique européenne favorisant l'équilibre des territoires, les producteurs n'ont pas anticipé les exigences environnementales des consommateurs et n'ont pas fait évoluer leurs pratiques, rationalisé leurs dépenses énergétiques, leur logistique et l'utilisation des ressources rares, au point que l'affichage environnemental qui s'est mis en place sur les produits est défavorable à la production française ; les producteurs serristes n'ont pas développé la production et la revente d'électricité comme complément significatif de leur revenu. L'argument de la production locale reste le seul à même d'éviter la disparition des entreprises de production horticole.
- À la faveur des normes environnementales et de la protection de la biodiversité, les plantes OGM sont interdites à la production comme à la commercialisation en Europe, ce qui handicape fortement le développement d'une filière française de production de jeunes plants.
- Le coût élevé de l'énergie, elle aussi soumise aux taxes environnementales, remet en cause la production du Sud pour le Nord et le développement de nouveaux flux internationaux. Les Pays-Bas conservent leur avance et le contrôle des flux de fleurs dans un marché ralenti et moins internationalisé du fait du coût de l'énergie et de la préférence locale.

Avec un amont de filière (production de jeunes plants et production horticole) peu organisé et peu compétitif, le végétal d'ornement ne constitue pas un secteur autonome : la distribution des plantes et fleurs est totalement intégrée dans les grandes enseignes de bricolage qui génèrent les innovations et font du végétal d'ornement le faire-valoir des autres éléments de la déco, ou dans les enseignes généralistes alimentaires qui ont intégré les fleuristes dans des petits formats de distribution dédiés au non-alimentaire. L'activité paysage est totalement absorbée par les entreprises de bâtiments et de travaux publics. Cette dilution du végétal d'ornement dans d'autres secteurs d'activité a pour conséquence une banalisation de l'offre, une segmentation basique sans réflexion spécifique pour percevoir et orchestrer de nouvelles tendances, le temps long des saisons restant la seule référence universelle.

La concurrence entre les produits s'argumente par les bas prix, d'autant plus que, financièrement, la crise économique n'incite pas à dépenser pour « se faire du bien ». Le lien entre la santé et les végétaux d'ornement n'a pas été travaillé scientifiquement, aussi ce segment de marché ne se développe pas que ce soit auprès des ménages ou des collectivités (qui ne mettent aucun moyen sur l'expérimentation et le développement de jardins thérapeutiques).

L'absence d'argument étayé sur le lien entre le végétal d'ornement et la santé conforte les décideurs sur le fait que leurs investissements doivent porter sur les problèmes sociaux et l'atténuation des conséquences des crises mais pas sur la végétalisation des villes. Le végétal d'ornement reste confiné dans les « espaces verts » et les entreprises de la filière du végétal d'ornement ne sont pas spécifiquement associées aux réflexions sur l'évolution des villes. Le développement de l'agriculture urbaine, favorisé par les politiques sociales se produit au détriment des ressources (foncier, eau,...) allouées au végétal d'ornement. De plus les autres fonctions du végétal (dans la gestion des eaux, la dépollution des sols,...) ne font pas l'objet d'une mise en œuvre hors des laboratoires de recherche.

Ainsi les marchés publics et plus largement la politique nationale limitée à la mise en avant du local ont peu d'impact sur le développement du secteur qui est entre les mains des entreprises, elles-mêmes de plus en plus intégrées à d'autres secteurs d'activités.

Vis-à-vis des consommateurs, l'achat de végétal d'ornement est promu comme un achat « pur plaisir » sans chercher à parer les plantes de vertus ou d'utilités particulières ni à expliquer leurs modes de culture. Ainsi, sans lien avec la restriction des efforts de fleurissement des villes, les achats des ménages, notamment les plus aisés (en nombre réduit du fait des conséquences de l'aggravation de la situation économique et financière) se maintiennent.

Image 2030

Dans un contexte de restrictions budgétaires des collectivités comme des ménages, faute de pouvoir utiliser les résultats de la recherche pour mieux cibler la demande des consommateurs, faute d'avoir développé des argumentaires étayés sur le lien végétal d'ornement / santé, la production horticole française en est réduite à jouer la préférence locale.

Enjeux et conséquences :

- Ce scénario est défavorable aux acteurs du savoir (recherche formation) et du savoir-faire (de la génétique aux aspects plus culturels).
- Il pourrait être favorable aux petits producteurs périurbains, aux GMS, aux consommateurs aisés.
- Perte en matière de qualité urbaine, de santé, de bien-être
- Scénario cohérent avec la politique des circuits courts et une certaine vision de l'aménagement du territoire
- Le secteur est absent des politiques d'innovation et de la politique de la Ville



Scénario : Du végétal urbain parqué au végétal privé artificiel

L'évolution de la situation financière et économique mondiale ne dégénère pas, la situation se stabilise en Occident, et même s'améliore en Asie, les pays émergents renouant avec de forts taux de croissance économique. Dans ce contexte, la libéralisation des échanges se poursuit dans un cadre de plus en plus dérégulé, ce qui s'accompagne et/ou se traduit de diverses manières :

- Les échanges commerciaux ne sont pas contraints par des normes sociales et environnementales et il est interdit de privilégier l'économie locale dans des appels d'offre publics, seuls les programmes sociaux nationaux compensatoires demeurent tolérés. Ce contexte et le caractère non alimentaire des productions ornementales conduit à ce que les autorités communautaires autorisent l'utilisation de traits OGM dans ce secteur.
- Le marché de la fleur coupée et de la plante en pot connaît une explosion dans les pays asiatiques (Chine en particulier), à l'instar d'autres produits «de décor» ou «de luxe» relançant la croissance des échanges internationaux. Les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées, au bénéfice des échanges directs entre pays producteurs d'Afrique et d'Amérique du Sud et pays consommateurs, notamment asiatiques.
- En Europe, et notamment en France, l'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui faute d'argent ont mis entre parenthèses les préoccupations environnementales. L'argent public disponible est quasi totalement affecté aux soutiens socio-économiques des personnes les plus impactées par la crise et ses conséquences.

La facture énergétique demeurant conséquente, les politiques urbaines s'orientent plutôt vers une ville dense et verticale mais dont la végétalisation n'est pas budgétairement la priorité. Néanmoins l'étalement urbain entrecoupé de parcs continue d'exister pour des raisons de coût du foncier et de réponse à une demande sociale. Seuls les parcs se développent, leur conception intégrant une réduction des coûts d'entretien ainsi que la contrainte de gestion

qualitative et quantitative de l'eau, contrainte ayant conduit à ce que les restrictions à l'usage de l'eau soient plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. La régionalisation des aides du 2nd pilier visant à l'adaptation du secteur à la dérégulation et aux contraintes environnementales accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante. Ce contexte de spécialisation régionale, d'absence de politique sectorielle nationale, de relative faiblesse de la demande intérieure solvable (les consommateurs privilégiant les prix bas aux achats locaux ou respectueux de l'environnement, et les communes des parcs aux coûts d'entretien faibles) et de marché international concurrentiel et ouvert dans un contexte de prix du pétrole élevé, conduit les stratégies des acteurs à devoir clairement opter soit pour la différenciation assez « haut de gamme », soit pour la compétitivité coût-volume.

L'analyse des goûts et la compréhension des canons de l'esthétique permettent une modélisation des plantes voulues par les consommateurs, mais la réalisation de la plante « attendue » se révèle très délicate, du fait d'une impossibilité de produire à temps avec les différents végétaux vivants, ces végétaux « voulus ». Ce n'est qu'avec du temps, et donc sur des plantes pérennes (cf. logique du bonzai) et parfois grâce aux possibilités permises par les OGM que de telles plantes voulues sont produites, ce qui confine ces végétaux à des stratégies de différenciation, voire de niche, compte tenu de leur prix de revient, le plus souvent pour une clientèle aisée et sous couvert de marques de luxe. Une alternative demeure cependant : y substituer des plantes artificielles, segment de l'offre de produits de décor qui prend une importance non négligeable sur le marché, y compris à l'international.

Mis à part les deux créneaux de différenciation du végétal vivant (végétal fonctionnel pour la gestion de l'eau à destination des collectivités, et plantes « voulues » pour clientèle aisée) soutenus par les actions de l'interprofession, la stratégie « coût-volume » pour un marché majoritairement

internationalisé et dérégulé domine, même si les velléités d'impulser des « modes végétales » subsistent. Le prix de revient de la plante est alors un élément essentiel de sa compétitivité : plusieurs pistes sont mises en œuvre permettant de supporter l'augmentation des coûts, par exemple des coûts énergétiques via la revente d'électricité produite à partir des serres, la délocalisation au plus près des zones de consommation ou dans des pays à faible coût de main-d'œuvre, l'amélioration des performances logistiques, le recours aux OGM...

La spécificité sectorielle française peine à se maintenir : les entreprises du végétal intègrent, se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autres (biotechnologie, décoration, équipements extérieurs,...), et le plus souvent investissent à l'étranger, le nombre d'entreprises « purement » du secteur horticole baisse en France. Elles se concentrent, s'internationalisent et se diversifient pour participer au développement des échanges.

Image 2030

La place du végétal est limitée, en ville par la pression foncière et la rareté de l'eau et chez les particuliers, par les coûts de production élevé de la « plante voulue ». Le consommateur finit par se replier sur des produits basiques achetés en grande distribution voire des plantes artificielles

Enjeux et conséquences :

- La concurrence plus intense sélectionne les entreprises les plus compétitives.
- Le développement du luxe stimule la créativité, l'innovation, le e-commerce, l'export
- Eclatement de la production en 2 extrêmes très généralistes et hyperspécialisés
- Jardineries et fleuristes disparaissent ou investissent le créneau de la plante artificielle
- L'eau prend de l'importance, à la production comme dans la demande des collectivités
- L'optimisation des coûts permet de reconstituer des marges ou de les comprimer
- Recul de la place et du rôle du végétal en ville



Scénario : Une production française modernisée fournisseuse de toutes les demandes

Pour des raisons de stabilité (économique, sociale et politique), priorité est donnée au rééquilibrage des économies au sein de chacune des grandes zones économiques mondiales (UE, ALENA, ASEAN, etc.), désormais :

- Les échanges se conjuguent avec des normes sociales et environnementales définies par chacune de ces grandes zones, et l'UE plus en pointe dispose ainsi d'un avantage, surtout sur son marché intérieur (normes plus élevées ≈ barrières à l'entrée).
- Un régime d'exception permet aux régions reconnues comme « prioritaires » de privilégier une origine régionale des produits dans le code des marchés publics.
- Face à la persistance d'un taux de chômage conséquent dans de nombreux pays de l'UE, une attention particulière est apportée aux autres éléments de socialisation, dont le cadre de vie, et la place du végétal, notamment en ville, est considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie.

Le renchérissement du prix de l'énergie conduit :

- les politiques urbaines à s'orienter vers une ville végétalisée, dense et verticale, matérialisant ainsi cette proximité entre végétal et logement considérée comme facteur de bien-être ;
- la production ornementale sous serre à saisir l'opportunité de devenir un « co-produit » de la production d'énergie : ces plantes « co-produits » sont compétitives pour fournir l'offre en « premiers prix », et elles sont également susceptibles de satisfaire à une stratégie de différenciation sous réserve d'y consacrer les moyens nécessaires permettant notamment une stratégie marketing dynamique ;
- à une hausse des coûts du fret, qui, associée aux normes sociales et environnementales, diminuent la compétitivité des productions horticoles importées d'Afrique et d'Amérique Latine, ce qui réduit les flux commerciaux du Sud vers le Nord (Europe, Asie).

Les usages de l'eau font l'objet de restrictions, l'horticulture est compromise dans certaines régions (productions fortement consommatrices d'eau), et le verdissement de la ville s'effectue sous contrainte d'une gestion attentive de l'eau et de l'utilisation d'un végétal économe et/ou utile à la gestion de cette ressource : toits végétalisés, rétention des excédents d'eau en ville, développement de l'agriculture verticale, aménagements des parcs et jardins avec des plantes résistantes au stress hydrique... autant de segments de marché dont se saisissent les acteurs de la filière horticole (a).

La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur (b), concrétisée dans le domaine de la production au moyen d'alliances entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. Les producteurs français soucieux de s'adapter aux conditions de la demande dans un marché concurrentiel redéfini (généralisation des normes sociales et environnementales, végétal fonctionnel : contrainte hydrique, santé/bien-être), s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité. Mais, faute de coordination et d'anticipation, aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble : elle laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.

Les influences extérieures à la filière de production d'horticulture ornementale française (étranger pour l'innovation et décorateurs pour la conception) permettent la mise en place de collections semestrielles, déclinées en fonction des normes spécifiques à chacune des grandes zones économiques mondiales, ce qui accélère la rotation des produits en point de vente. Sur le marché de l'UE, la filière de production française figure parmi les mieux placées pour produire les plantes qui plaisent tout en satisfaisant aux normes communautaires. En aval de la production, la filière française se limite à la traduction des collections et ne capte qu'une partie de la valeur.

Ainsi en 2030 :

- avec la végétalisation de la ville, les marchés publics portés par les collectivités territoriales et les promoteurs constituent l'axe essentiel de croissance du marché horticole (cf.a);
- avec la concrétisation de la plante voulue par le consommateur (cf.b), l'achat de végétaux d'une partie des ménages est également stimulé, notamment ceux des plus aisés pour les achats purement « ornementaux » dont les prix ont crû du fait des contraintes pesant sur leurs conditions de production ;
- la segmentation des gammes par usage tournée vers le consommateur s'est concrétisée par de nouveaux métiers alliant soins des personnes et des plantes (ex. : au sein de jardins thérapeutiques) ;
- l'interprofession valorise les performances du végétal fonctionnel (santé/bien-être, ressource en eau,...) avec une démarche pédagogique pour initier le public à la connaissance du monde végétal.

Image 2030 :

Une filière reconfigurée : normes sociales et environnementales, végétalisation de la ville, fonctionnalisation du végétal, avancées scientifiques « classiques », renchérissement de l'énergie et du fret, ... profitent à la production horticole française

Enjeux et conséquences :

- Beaucoup de pression sur les coûts de production : coût de l'énergie, accès à l'eau, normes
- Les normes sociales et environnementales protègent la production européenne
- La production devient un opérateur des concepteurs et de commanditaires extérieurs à la filière : opportunité de redynamiser la pépinière ou menace de subir une perte d'activité ?
- Orientation vers le fonctionnel au détriment de l'hédonisme
- Développement du végétal en Ville, de nouveaux métiers en lien avec la santé
- Bonne coordination production / recherche.



Scénario : La domestication du végétal à toutes fins réussie par la filière

La poursuite du développement des échanges dans un cadre de plus en plus dérégulé s'impose au niveau international, ce qui s'accompagne et/ou se traduit de diverses manières :

- Le « principe de précaution », soupçonné de constituer une entrave au commerce, est balayé et les OGM sont autorisés en Europe pour la création de variétés, notamment de végétaux d'ornement.
- Les interventions publiques tolérées se résument au seul objectif d'accompagnement structurel des secteurs pour vivre en univers libéralisé et globalisé : ainsi les aides de la politique agricole européenne confortent les spécialisations de chaque région. Il est par contre interdit de privilégier une origine dans un appel d'offre public.
- Les ménages sont également convaincus que la proximité ne peut être qu'un facteur de surcoût et l'achat « local » ne se développe pas. La marque supplante les autres signes de qualité (provenance, proximité, coût environnemental) dans les motivations des consommateurs ;
- Stimulé par la demande asiatique, le commerce mondial des fleurs et plantes se développe et de nouveaux flux commerciaux se mettent en place sans passer par les Pays-Bas, qui perdent leur place centrale.

Les entreprises françaises de la production ornementale s'organisent, rationalisent leurs coûts (y compris en saisissant l'opportunité de la production et de la revente d'énergie à partir des serres), ce qui accroît leur compétitivité et stoppe l'érosion du nombre d'entreprises.

Avec le développement des biotechnologies et l'autorisation des OGM en Europe, se concrétise la possibilité de produire la plante voulue par le consommateur, que la recherche sait désormais définir. La recherche, le secteur de l'obtention et la production de jeunes plants, sont étroitement associés pour valoriser via des marques une meilleure compréhension des attentes des clients.

À partir de ce socle constitué par les obtenteurs et les producteurs de jeunes plants et par une production horticole compétitive, la spécificité sectorielle s'affirme en intégrant l'innovation et la conception et en s'organisant pour orchestrer les tendances, structurer des gammes par usage et accélérer le rythme de diffusion des produits par des « collections » semestrielles relayées par Internet et identifiées par des marques.

Se fondant sur les résultats de travaux coordonnés de la recherche et de la filière qui ont démontré le lien « bien-être / végétal d'ornement », chez soi mais aussi par la conception de jardins à buts thérapeutiques, le végétal d'ornement se positionne sur la demande de consommateurs se réfugiant dans l'individualisme d'une recherche de bien être dans un contexte socioéconomique dominé par la compétitivité et l'efficacité. Des métiers dédiés à la double compétence de l'horticulture et de la santé voient le jour pour conseiller les particuliers et les aménageurs.

Soucieux d'adoucir le quotidien de leurs concitoyens administrés, plongés dans la dureté d'un monde de compétition et de libéralisation toujours accrues, les politiques sont conseillés par les entreprises du végétal qui ont intégré les dimensions d'innovation et de conception : ils s'emparent des avancées en matière de lien « santé / végétal » pour métamorphoser la ville. Ainsi la ville se végétalise partout en alliant production vivrière, médicinale et ornementale grâce à des produits innovants, parfois issus d'OGM, proposés par une filière française organisée et compétitive. Le végétal n'est pas cantonné aux parcs mais se répand partout (sur la voirie, le long des façades, en double peau des immeubles, sur les toits,...), ce qui impose une gestion rigoureuse des déchets verts par les collectivités avec la participation des habitants.

Parallèlement aux efforts de rationalisation de la production et de la logistique de la filière, la France s'est dotée d'une politique horticole et a investi pour développer les différentes fonctionnalités du végétal en matière de phyto-remédiation des sols et de gestion des eaux pluviales, au bénéfice des collectivités locales. Cette contribution de l'horticulture à la gestion de l'eau évite au secteur des mesures de limitation à l'accès l'eau plus restrictives que celles imposées à l'agriculture.

L'interprofession accompagne le développement de la filière en maintenant sa cohésion, et en valorisant les performances du végétal fonctionnel, moteur du développement de la filière, via une démarche pédagogique active qui initie le public à la connaissance du monde végétal et à l'intérêt de sa domestication, y compris non alimentaire. Ainsi une clientèle « ménages » continue d'exister à côté de – et nonobstant – l'omniprésence du végétal « collectif ».

Image 2030

Dans un marché mondial dérégulé et stimulé par l'Asie, dotée d'une ambition et d'une politique nationale, la filière française du végétal d'ornement invente, produit et diffuse des végétaux non-alimentaires domestiqués à toutes fins.

Enjeux et conséquences :

- R&D active pour une filière innovante et attractive pour les jeunes
- La pression d'innovation sélectionne, favorise la concentration, fragilise le tissu local de PME
- La demande est diversifiée et active pour de nouveaux produits identifiés par des marques. Le marketing est-il un vecteur de banalisation ?
- L'interprofession pilote les tendances et la mode qui remplacent les saisons
- Prise de conscience plus complète de l'apport du végétal, ville plus verte, plus économe grâce aux fonctions éco systémiques, et plus résiliente
- Plus fonctionnel, le végétal est instrumentalisé.
- Importance du soutien des pouvoirs publics (accompagnement politique et financier)

Attitudes stratégiques

Les 4 visions scénarisées du futur de la filière du végétal d'ornement, ne s'apparentent en rien à de la prévision. Elles proposent simplement des futurs possibles et crédibles sans considération de probabilité pour leur occurrence. Il appartient à Valhor de se prononcer sur les attitudes à adopter vis-à-vis des scénarios en choisissant parmi 5 attitudes possibles :

- Proactivité positive : agir dès aujourd'hui pour favoriser l'advenue du scénario ;
- Proactivité négative : agir dès aujourd'hui pour défavoriser l'advenue du scénario ;
- Réactivité anticipée : se préparer dès aujourd'hui à l'advenue du scénario ;
- Veille : ce scénario doit être placé sous surveillance, pour savoir si son advenue se dessine au fur et à mesure du temps ;
- Aucune attitude : ce scénario ne présente pas d'intérêt particulier.

C'est à partir de ce positionnement que pourrait s'engager une démarche stratégique.

Une démarche de « changement d'échelle », est proposée à ceux qui souhaiteraient entreprendre un exercice complémentaire pour une région de production, une famille professionnelle, une filière-produit voire une entreprise, sur la base d'une sélection des hypothèses de la présente prospective et de la création d'hypothèses spécifiques.

