



FranceAgriMer

> ÉDITION septembre 2014

Prospective filière française du végétal d'ornement

Tome 1 : Représentation du système et scénarios



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer

Préface

Ce document constitue le rapport de l'exercice de prospective sur la filière française du végétal d'ornement cofinancé par Valhor et FranceAgriMer. Cette 4^{ème} publication de la Mission Prospective présente les travaux de la cellule d'animation de l'exercice de prospective, la restitution des connaissances partagées, les hypothèses et scénarios élaborés collectivement au cours des 18 réunions du groupe entre mars 2012 et mars 2014.

Depuis sa création en 2009, FranceAgriMer a dédié une petite équipe à l'animation d'exercices de prospective pour pouvoir répondre aux demandes en ce sens émanant des professionnels ou des pouvoirs publics.

Ces exercices de prospective s'inscrivent directement dans l'objectif général de l'établissement de contribuer au développement des filières. Ils décrivent des futurs possibles plus ou moins favorables avec pour objectif de faciliter l'émergence de stratégies collectives favorisant ou au contraire s'opposant à l'advenue de ces futurs.

La démarche mise en œuvre à FranceAgriMer est caractérisée par :

- Une construction collective des scénarios à partir de la méthode mise au point à l'INRA initialement par Michel Sébillotte, fondée sur une approche systémique et sur l'interdisciplinarité ;
- La volonté de favoriser une vision partagée et l'appropriation des résultats en constituant un groupe permanent réunissant des professionnels agricoles, des chercheurs de différentes disciplines et des agents publics ;
- Une démarche qui se donne le temps d'un réel partage des points de vue sur des sujets plus ou moins importants, mais sans enjeu immédiat et qui requiert un engagement des participants à une forte assiduité et à une participation active au travail de co-construction.

Après Interfel pour la filière des fruits & légumes, le Gnis pour les semences de blé tendre et l'ANIVIN pour les Vins de France sans indication géographique, Valhor s'est lancée dans cette aventure au long cours qui a mobilisé 20 personnes sur 24 mois.

Je vous invite à prendre connaissance de cette production collective.

André BARLIER

TOME 1 Représentation du système et scénarios

Préface	1
Sommaire	2

Première partie : Contexte, enjeux et tendances

Les chiffres clés de la filière française de l'horticulture ornementale	4
Végétal : fonctionnalités & représentations	5
› Les mots du végétal	5
› L'étude « Bienfaits du végétal en ville sur la santé et le bien-être »	11
› L'allergie aux plantes ornementales	12
› Résultats d'une enquête sur les jardins thérapeutiques	14
› La phytoremédiation des sols contaminés	15
› Agriculture Urbaine : comparaison d'initiatives internationales	20
› Les toitures végétalisées dans la gestion des eaux pluviales	22
› Infrastructure douce	24
› Analyse de l'apparence visuelle du buisson d'ornement	28
Production, réglementation, R&D	31
› Création variétale et amont de la filière	31
› La production horticole française Etat des lieux 2012-2013	34
› Le projet Agri-Balyse et l'affichage environnemental	37
› Panorama de la R&D pour le secteur horticole	40
› Veille prospective Végépolys « les productions végétales spécialisées à l'horizon 2020 »	48
› La PAC 2014 et la filière horticole	49
Marchés	52
› Commerce international des fleurs coupées	52
› Secteur horticulture et décoration au marché international de Rungis	55
› Données 2012 de la distribution jardin	59
› Végétaux d'ornement et nouveaux modes de vente	62
Clientèles et signes de qualité	64
› La filière fleurs équitables	64
› Les tendances de la demande pour le végétal d'ornement	66
› Les municipalités : échanges avec Fabienne Giboudeaux, adjointe au maire de Paris, chargée des espaces verts et de l'environnement	68
› Impact du Label « Villes et Villages Fleuris » sur la consommation de végétaux d'ornement et la perception du fleurissement des communes	69
› Plantes d'île de France : une marque pour l'horticulture francilienne	71

Deuxième partie : Méthodologie

Les principes de la méthode de prospective utilisée	73
› Qu'est-ce qu'une prospective ?	73
› La méthode SYSPAHMM	74
› Comment s'en servir ? La nécessaire appropriation par les acteurs professionnels	77
La mise en œuvre de la méthode SYSPAHMM pour la prospective filière horticulture ornementale	79
› De quoi parle-t-on ? Le travail de représentation commune du système	79
› L'identification des processus et la production des hypothèses	83
› Les 83 hypothèses retenues	84
› La matrice d'influences / dépendances entre les hypothèses	89
› Les agrégats	92

Troisième partie : Les micro-scénarios et les méta-scénarios

Les 34 micro-scénarios	93
› Agrégat n°1 : Végétal & politique de la ville	96
› Agrégat n°2 : Soutien public & nouveaux usages de s plantes	103
› Agrégat n°3 : Filière & recherche à l'écoute des consommateurs	109
› Agrégat n°4 : Budget des ménages & accélération d u temps	115
› Agrégat n°5 : Facteurs de compétitivité de la production horticole	120
› Agrégat n°6 : Règles du commerce	129
› Agrégat n°7 : Demande asiatique & coût environnemental	135
› Des « micro-scénarios » aux « méta-scénarios » : élaboration d'une « méta-matrice »	143
Les 11 méta-scénarios	144
› Méta-agrégat n°1 : Contexte économique, régulation, marché	144
› Méta-agrégat n°2 : Recherche, offre, organisation de la filière	152
› Méta-agrégat n°3 : Politique urbaine & secteur horticole	157
› Des méta-scénarios aux scénarios globaux, produit final de l'étude	163

Quatrième partie : Les quatre scénarios pour la filière

Les liens entre méta-scénarios pour établir les scénarios globaux	164
Le canevas des scénarios pour la filière	164
Les quatre scénarios	
› Scénario Jaune : Une production française modernisée fournisseuse de toutes les demandes	166
› Scénario Rose : La domestication du végétal à toutes fins réussie par la filière	169
› Scénario Vert : Du végétal urbain parké au végétal privé artificiel	170
› Scénario Bleu : Désagrégation d'une filière réduite à jouer la préférence locale	172

Postface

Annexe : Les participants	175
----------------------------------	-----

TOME 2 Hypothèses

Thématique Circuits de commercialisation : 4 hypothèses
Thématique Production 8 hypothèses
Thématique Environnement : 7 hypothèses
Thématique Dynamique de filière : 12 hypothèses
Thématique Marché mondial : 9 hypothèses
Thématique Offre et demande : 14 hypothèses
Thématique Recherche : 4 hypothèses
Thématique Santé - éducation : 6 hypothèses
Thématique Segmentation – valeur : 13 hypothèses
Thématique Urbanisme : 6 hypothèses

Les Chiffres clés de la filière française de l'horticulture ornementale

› Entreprises

La filière rassemble 50 000 entreprises spécialisées ou non dans la production, l'utilisation ou la vente de végétaux d'ornement, dont :

- 4 450 entreprises de production (horticulteurs et pépiniéristes)
- 850 grossistes en fleurs et plantes
- 1750 jardineries et graineteries
- 1 730 livres services agricoles
- 15 180 fleuristes
- 28 400 entreprises de service pour le paysage

auxquelles s'ajoutent les paysagistes concepteurs qui travaillent de façon indépendante ou sont rattachés à un cabinet d'architectes paysagistes ou un cabinet d'architectes. Le nombre de professionnels de ce secteur est estimé à 2 000.

Les entreprises non spécialisées sont les hypermarchés (1 968), supermarchés (5 702), hard discounters (4 694), supérettes, magasins de bricolage (3 050), de décoration, etc.

› Chiffre d'affaires

- Le chiffre d'affaires des exploitations horticoles et de pépinières s'élève à 1,7 milliard d'euros HT (dont 1,5 milliard en production propre)
- Le chiffre d'affaires des entreprises de commerce de gros de fleurs et plantes est estimé à 1,3 milliard d'euros

Il s'agit du code NAF 4622 Z qui comprend le commerce de gros de fleurs, plantes et bulbes mais également celui des graines et semences de fleurs et plantes

- Les achats de végétaux d'ornement par les ménages durant l'année sont estimés à 3,1 milliards d'euros dont 860 M€ de végétaux d'extérieur, 1 430 M€ de plantes d'intérieur et fleurs et 840 M€ pour les obsèques et les cimetières
- Le chiffre d'affaires du secteur du paysage pour les particuliers, collectivités et entreprises atteint 5,25 milliards d'euros

› Emplois

Au total, la filière génère environ 160 000 emplois issus des entreprises spécialisées dans la production, l'utilisation ou la vente de végétaux :

- Production : 24 270 emplois dont près des 2/3 sont des emplois salariés permanents
- Commerce de gros : 4 260 personnes occupées
- Jardineries et graineteries : 21 000 salariés
- Fleuristes : 18 370 salariés
- Entreprises du paysage : 91 800 actifs
- 2 000 paysagistes concepteurs (estimation)

auxquels s'ajoutent les emplois issus des entreprises non spécialisées : hypermarchés, supermarchés, supérettes, magasins de bricolage, de décoration, etc.

› Commerce extérieur

- Importations : 883,2 M€, au 2/3 en provenance des Pays-Bas. Les produits français ne couvrent que 50% de la demande nationale.
- Exportations : 62,7 M€.

Sources : Enquêtes régionales de production AND International/FranceAgriMer, données 2012 - INSEE - ESANE, données 2011 - Panel consommateurs TNS Sofres/FranceAgriMer/Val'hor, données 2013 - Chiffres clés du secteur du paysage I+C/Val'hor/UNEP, données 2012 - Chiffres clés des jardineries graineteries I+C pour Val'hor et la FNMJ, données 2012 - Revue Jardineries, enquête Groupe J, données 2012 - Rapport de branche de la FNFF 2012/Etude Groupe Mornay, données 2011 - FFP.

Végétal : fonctionnalités & représentations

› Les mots du végétal d'après la présentation de Denis Muzet (Médiascopie) le 12 juin 2012

L'OBJECTIF DE L'ENQUÊTE "LES MOTS DU VÉGÉTAL"

L'objectif de cette enquête était d'appréhender les perceptions attachées à l'univers du Végétal et d'en connaître les ressorts tels qu'ils sont appréhendés par les Français. Afin de prendre en compte le rôle de la sémantique dans la construction des représentations collectives attachées au végétal, considéré dans toutes ses dimensions, et d'en tirer des enseignements en termes de communication, il était important d'évaluer en profondeur les attentes de nos concitoyens. Les résultats de cette enquête fournissent un ensemble de repères sémantiques qui sont autant de leviers sur lesquels les professionnels pourront s'appuyer pour rendre plus efficace leur communication, mieux faire connaître leurs métiers et leurs activités, et – in fine – faire évoluer les perceptions de la population. L'enjeu étant de parvenir à transformer l'engouement des habitants – urbains comme ruraux - pour le végétal en un véritable "réflexe végétalisation".

LA MÉTHODOLOGIE "LES MOTS DE"

La méthodologie que nous avons employée est celle des enquêtes "Les mots de" : appliquée à des grands thèmes du débat public, des entreprises, des institutions ou des territoires, elle consiste à mesurer les perceptions d'un sujet à travers les mots qui le constituent, à dresser la "carte mentale" des Français à partir des mots qui forment l'identité de ce sujet.

Alors que dans les enquêtes d'opinion classiques, on interroge les personnes à travers des questions "fermées" ou "ouvertes", nous avons procédé différemment :

- Un recueil de mots « de la profession » par le dépouillement des publications professionnelles et des journaux
- Une exploration des mots des « gens » lors de groupes qui se sont déroulés à Marseille, avec de jeunes citadins (25 à 35 ans), à Nantes avec des personnes de 36 à 49 ans venant des communes de l'agglomération nantaises et en Touraine avec un groupe de séniors (50 à 70 ans).
- Une séance créative avec des professionnels de Valhor
- Et enfin, une enquête « on line » auprès de 1000 Français à qui sont posées 402 questions en 30 mn.

Une liste de 201 mots est soumise en ordre aléatoire 2 fois à chaque interviewé : une première fois pour situer ce mot sur une échelle de 1 à 10 suivant qu'il concerne surtout la collectivité ou surtout moi-même, à titre personnel ; et une seconde fois pour quantifier l'importance de ce mot « pour le bien-être à l'avenir ». Les résultats donnent pour chaque mots 2 notes qui constituent ses coordonnées sur un plan, construction de la carte mentale des Français. L'échelle verticale qui va du collectif à l'individuel est l'échelle d'implication. L'échelle horizontale qui va du moins au plus important pour le bien-être à l'avenir est une échelle d'anticipation des attentes et des craintes.

Un test avec un axe image négative – image positive avait donné des résultats trop resserrés sur la diagonale (même note donnée aux 2 questions) et a conduit à une reformulation de la question.

La question introductive à la soumission des mots vise à élargir la prise en compte au niveau des différents végétaux « arbres, plantes, fleurs » et des lieux : « au travail, à la maison, en ville, au village,... ». La liste des mots sélectionnés doit être compréhensible par les « gens ». Elle a été finalisée avec Valhor.

SYNTHÈSE DES RESULTATS

1. **Le végétal recréé** - Les items du "travestissement" du végétal sous des formes artificielles sont placés à distance de l'individu et du bien-être demain : fleurs artificielles (3,6/6,4), plantes artificielles (3,6/6,4) et gazon synthétique (3,5/3,4). La relation entre l'homme et le végétal ne saurait se fonder sur une logique de fabrication et de domination.

2. **Le végétal en ville** - Si on ne peut limiter la "ville durable" à la question du végétal, il en est une des composantes symboliques et émotionnelles majeures. Cette problématique est légèrement renvoyée vers la société : si les individus entendent être mis au cœur de la réflexion urbanistique dont ils seront les bénéficiaires, c'est aux pouvoirs publics et économiques de faire preuve d'un volontarisme fort en la matière. Les items visant à intégrer la nature en ville dans la cité recueillent des scores très élevés en termes d'importance pour le bien-être demain. Trois points néanmoins :

- un bénéfice : la santé publique

- une externalité positive : l'apaisement de la ville et des hommes, le végétal étant un enjeu de lien social (5/6,8)
- une double condition : respect des espaces naturels par les citoyens ; entretien et surveillance par les collectivités

Une ville plus durable (4,6/6,8) est espérée aussi bien pour des raisons environnementales qu'esthétiques, bien que les items qui lui sont associés ("coulées vertes", toitures, terrasses et murs végétalisés, écoquartiers) peinent à dépasser 6,5/10 sur l'axe horizontal. En effet, ces mots restent enfermés dans un imaginaire quelque peu théorique : la ville durable est un concept dont on parle beaucoup, mais qui reste pour le moment difficile à associer à une réalité tangible.

La désaffection envers les acteurs institutionnels sévit jusque dans le domaine du végétal : ministères et pouvoirs publics locaux ne convainquent guère ; mais, paradoxalement, l'unanimité se fait sur l'aspect fondamental du volontarisme politique pour faire avancer les choses. Les métiers de l'urbanisme ne décollent guère, au contraire de ceux, associés à la conception, autour de la notion porteuse de "paysage urbain". Les professionnels les plus importants à prendre en compte pour le bien-être demain sont... les horticulteurs et les jardiniers (6,6/10 sur l'axe horizontal). Une prime est clairement donnée aux "vrais travailleurs" de la terre ; un constat logique à l'heure où l'on oppose volontiers l'expert, tenu à distance, et le "petit", la fourmi ouvrière, dont nos concitoyens se sentent proches et dont ils louent les efforts forcément plus utiles...

3. Le végétal à la campagne - Pour réconcilier ville et production agricole, le paradigme du local est attendu. Il se base sur un double enjeu symbolique : le respect de l'environnement et le respect de l'humain. Ainsi, l'image des *agriculteurs* (associés à une vision quantitative) est écornée (4,6/6,4), comparée à celle des *producteurs locaux* (5,5/7,3), qui renvoient à un rapport environnemental, productif et citoyen qualitatif.

4. Le végétal dans la nature - Si la valorisation des notions de "vert", "végétal" et "verdure" sur des critères quantitatifs apparaît identique (autour de 6/7,5), le volet qualitatif de l'enquête révèle quelques nuances de perception : le "vert" est un état d'esprit général, alors que la "verdure" illustre le vivant au niveau du sol, et que le "végétal", au contraire, recouvre l'univers de sens de la "verdure" tout en y ajoutant deux composantes : la verticalité et l'agriculture. Deux valeurs apparaissent enfin essentielles pour la protection des espaces naturels en général et végétaux en particulier :

- la responsabilité : *éco-responsabilité* (5,4/7,1), *préserver les espaces verts et les espaces naturels* (5,4/7,7)
- le respect : à 6,4/8, cet item apparaît comme la véritable porte d'entrée vers les consciences individuelles

5. La relation entre l'homme et le végétal - Le végétal en tant qu'être vivant est porteur d'une charge émotionnelle forte : la nécessité de protéger, de choyer, bref, la responsabilité des êtres humains envers leurs végétaux... Mais ce rapport de protection a une autre facette symbolique non moins forte : un rapport de dépendance... Un item explicite et proche de l'individu chapeaute ce nuage du végétal dans la nature : *besoin d'une présence végétale* (6,8/7,4). Le végétal apparaît en filigrane comme le représentant des bienfaits et de la beauté d'une Nature qui nous protège, qui nous extrait du monde des vivants pour entrer dans le monde du vivant.

Afin de concrétiser et d'ancrer dans les pratiques ces éléments de perception du Végétal, il est important de nous placer à présent dans la sphère individuelle. Le Végétal, en tant que besoin et bénéfice pour l'individu, peut être assouvi et approprié. Bénéficiaire du végétal, avoir le "réflexe végétal" implique la construction d'un rapport d'offre et de demande qui prenne en compte ce rapport vital de besoin ; la construction d'un rapport de consommation qui ne dise pas son nom, pour apparaître naturel et rester basé sur l'envie... et la vie. Ce besoin de végétal d'un individu tentant de satisfaire sa soif de "vert", passe par le triptyque acheter, cultiver, profiter...

6. Acheter - Si les lieux d'achat, à l'exception notable de la grande distribution et d'Internet, sont situés autour de 5,5/6 sur le mapping, les ressentis associés aux diverses pratiques de consommation sont très divers :

- les *jardineries* (5,6/6,4), véritables "supermarchés de la plante", sont louées à la fois pour leur choix, leur praticité et leur simplicité, mais elles n'en demeurent pas moins marquées par des objectifs de vente qui ne laissent que peu de place au conseil et à l'accompagnement du client, malgré des vendeurs jugés globalement compétents
- le *marché aux fleurs* tire son épingle du jeu (5,6/6,6) d'une manière totalement différente puisqu'il est assimilé à une promenade conviviale propice à l'échange et à la discussion

- *les fleuristes* (5,3/6,3) bénéficient d'une position intermédiaire, et ce même si les Français saluent l'ambiance apaisante et chaleureuse des boutiques dans lesquelles on se presse pour venir admirer les talents du fleuriste, syncrétisme entre l'artiste et le commerçant
- *les pépiniéristes* (5/6,1) peuvent capitaliser sur leur image de producteur pour faire oublier des tarifs jugés plus élevés
- *la grande distribution* (4,5/4,8), en dépit d'un côté pratique et économique indéniable, est repoussée vers les pratiques "des autres" : peu associée à un achat végétal qualitatif, on la positionne plutôt vers un achat "déco"
- enfin, si la position de l'item *acheter sur Internet* sur l'axe vertical (5,7/10) traduit une pratique en plein essor, ce moyen pâtit de sa déconnexion de l'univers sensoriel associé au végétal et des mauvaises surprises à l'arrivée du colis... (5/10 seulement sur l'axe horizontal d'importance pour le bien-être demain)

Au moment d'acheter, nos concitoyens attendent du personnel de la présence, de la disponibilité, mais dans le cadre d'une prise de parole simple, qui oublie l'*expertise* (4,6/5,4) pour se situer dans la prise en compte des besoins individuels et des questions essentielles afin d'éviter que l'achat ne soit décevant. S'informant sur Internet, le consommateur attend du personnel en magasin des précisions pour le conforter dans une décision qu'il aura préalablement mûrie ou la proposition d'un choix meilleur encore ; mais certainement pas d'une leçon ! Si le *prix des plantes* (5,7/6,1) limite un achat régulier dans le temps, les Français se situent dans la logique d'un *achat coup de coeur* (6,8/6) placé sous le signe de l'émotion et de la gratification de soi et des autres : plaisir d'offrir, joie de recevoir, embellissement, fraîcheur et valorisation de son quotidien et de son domicile permettent de faire abstraction de la réalité du prix le temps de l'instant de l'achat.

7. Cultiver - Si cultiver son jardin peut être appréhendé sous le signe du plaisir, voire de la passion, le jardinage reste chronophage. Choix pour les passionnés, responsabilité pour les autres, avoir un jardin implique de devoir l'entretenir. Néanmoins, la frontière entre responsabilité, plaisir et contrainte est parfois ténue (tailler les haies, tondre la pelouse font partie des "corvées" du jardinage). À l'inverse, le plaisir de jardiner se situe plutôt dans les activités qui évoquent la pousse, la précision, l'entretien et le soin : ainsi, arroser, semer et planter procurent non seulement une sensation de plénitude à ceux qui y consacrent un peu de leur temps, mais également un sentiment de fierté une fois le travail accompli. Dans ce sens, ramasser ses fruits et légumes dans son "petit potager" est aujourd'hui un luxe qui n'a pas de prix. La pratique végétale est majoritairement associée à des valeurs traditionnelles. Sur le refrain de "la terre qui ne ment pas", c'est à la sueur de son front que l'on obtient les plus beaux résultats, mais aussi grâce aux conseils des anciens et à l'attachement aux valeurs d'humilité (6,2/6,9), d'authenticité (6,4/7,1), ou de patience (6,6/7,2), auxquelles il ne faut pas oublier d'ajouter une dose de savoir-faire, et ce, que l'on ait la main verte (6,5/6,6) ou non. Fierté envers le travail accompli et responsabilité pour la protection de ses végétaux sont les deux pôles entre lesquels s'équilibrent rigueur du travail et rapport émotionnel. En entretenant des liens quasi filiaux avec ses végétaux, l'individu endosse un temps les habits du Créateur. Toutefois, l'attachement poussé à son paroxysme - qui s'exprime notamment dans le fait de parler aux plantes (5,5/5,7) - ne concerne que les plus passionnés...

8. Profiter - Les items les plus en haut à droite du mapping sont bel et bien ceux de la jouissance des bienfaits des végétaux en général et de son jardin en particulier. Un double mouvement se fait jour : premièrement, la valeur de convivialité associée à son "lopin de terre" dans lequel on aime recevoir, mais aussi et surtout un "bien-être intime" associé à la notion de jardin privé, un espace à soi (7,5/7,4). Plus que de vivre en harmonie avec la nature, le végétal et le jardin sont donc associés à l'harmonie avec soi-même : tranquillité (7/7,7), bien-être (7/7,8), plaisir (7,3/7,6), espace de liberté, en rupture avec les contingences de la vie sociale et/ou citadine. Le végétal est le domaine où l'individu peut laisser s'épancher ses passions, ses loisirs, ses émotions à travers l'amour que certains portent à leurs fleurs, plantes et arbres. De là à parler d'une fonction cathartique du végétal qui permettrait à l'individu de véritablement s'exprimer hors du regard des autres, il y a un pas que l'on ne saurait totalement franchir. Mais parler d'un espace où l'individu peut aspirer au calme, un espace à soi, un lieu d'expression sans contraintes qui donne envie sans vis-à-vis, qui protège l'individu du monde extérieur, qui flatte son indépendance et sa capacité à se créer un endroit où il se sent bien, oui, sans aucun doute !

CONCLUSION - Pour les professionnels du végétal, slalomer entre les piquets de l'individuel et du collectif.

Si un grand consensualisme se fait sur les "valeurs vertes", l'individu y puise avant tout son propre bénéfice : c'est le paradoxe de cette enquête, la relation au végétal est finalement très personnelle et non dénuée d'égoïsme. Néanmoins, l'attrait collectif du végétal se fonde en partie sur son rôle de contrepoint aux excès de la vie moderne : le rapport au Temps entre l'Homme et le Végétal a échappé au processus d'accélération qui a frappé la relation que l'Homme entretient avec sa vie sociale et professionnelle. Le végétal, à travers la "pousse", reste un repère temporel et vital immuable. Synonyme de vie, remède aux

maux collectifs de la modernité, il valorise l'individu en lui permettant d'exercer un rôle de créateur attentif : il lui permet d'être en contrôle dans un monde qu'il a le sentiment de ne plus maîtriser...

Le végétal est indissociable d'une vision paternaliste de la propriété ("je suis l'acheteur et le tuteur - le père ? - de la plante") qui laisse peu de place à l'intrusion, que ce soit dans "son jardin à soi", mais aussi dans les conseils que l'on reçoit des professionnels. La relation de l'humain avec les végétaux est duale : responsabilité, paternalisme d'un côté, sentiments et dépendance (le fameux besoin d'une présence végétale) de l'autre. C'est à la confluence de ces tendances que se résume l'envie de végétal, dans cette relation à deux humain/végétal, mais dont la candeur, la naïveté, le romantisme sont quelque peu pervertis par un rapport vertical de propriété et de "paternité". À la différence d'une Eau dont on craint la puissance destructrice, le Végétal apparaît plus inoffensif. Donc plus propice à un rapport d'appropriation.

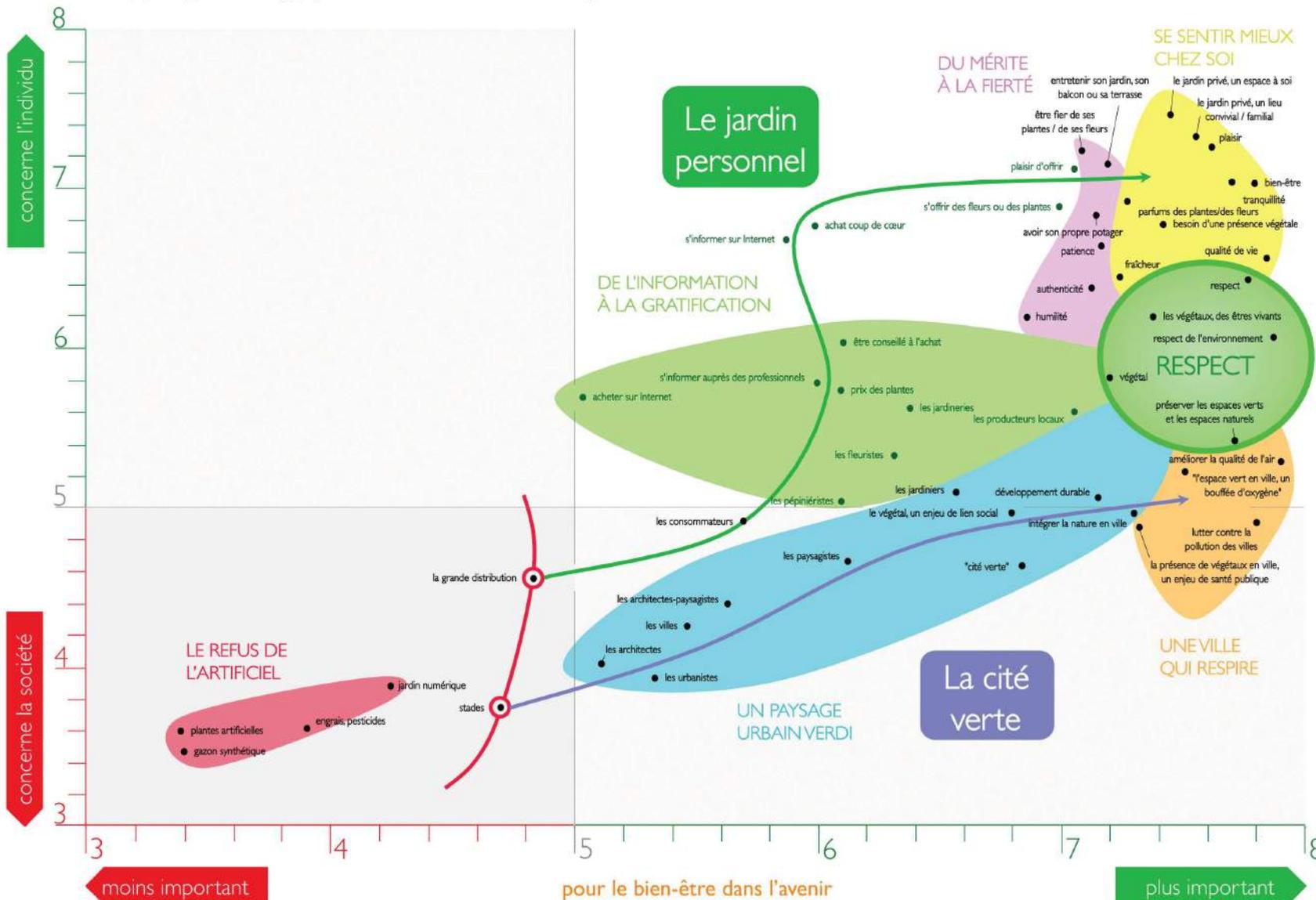
Dans cette tension entre individuel et collectif, le rapport commercial entre le professionnel et l'acheteur doit se fonder sur une prise de parole plus amicale que professionnelle, car l'individu entend rester maître de son choix. Soit une valeur collective de partage ("j'entends échanger avec une parole amicale qui me comprend"), sérieusement obérée par une valeur individuelle liée à la propriété ("je décide de ce que je veux chez moi"). Le végétal est finalement bien plus associé au bien-être individuel qu'il n'y paraît. À travers la valorisation de son espace - maison, jardin -, c'est une valorisation de soi qui est recherchée : un lieu frais, propre, soigné, où il fait bon vivre. Valorisation de son quotidien, mais également valorisation de soi aux yeux des autres : être fier de ses plantes, aimer en parler est aussi un moyen d'ajouter à la figure du créateur celle du professeur. Toujours cette ambivalence entre le partage et le moi égoïste.

L'intervention du troisième acteur, le professionnel du végétal, doit donc se situer dans un rapport modeste et respectueux de la volonté de l'individu. Pour que la relation soit harmonieuse et évite les aléas du "mariage à trois", il ne faut pas oublier que l'individu qui se pense "père et créateur" ne souffre pas de concurrence ; parce que le végétal est un élément naturel face auquel l'homme laisse s'épancher son émotion, sa personnalité, son émerveillement, qu'il oublie un cynisme et une tendance à l'anomie sociale de plus en plus répandus, voire valorisés dans la société. En ceci, il est éminemment personnel. En ceci, la frontière entre intervention et intrusion est aisément franchissable. En ceci, la passion doit faire bon ménage avec la raison. Et le collectif bon ménage avec l'individu.

Mapping général - Les mots du végétal



Mapping stratégique - Les mots du végétal



› **L'étude « Bienfaits du végétal en ville sur la santé et le bien-être »** d'après la présentation de **François Colson** le 19 septembre 2012

Dans un contexte de nouvelles attentes pour un urbanisme durable, de forte demande sociale de « plus de nature en ville » Val'hor et Plante & Cité ont décidé du cofinancement d'une étude dont les objectifs sont :

- d'apporter les arguments scientifiques sur la globalité des bienfaits du végétal en ville ;
- d'identifier les personnes-ressources et les laboratoires de recherche qui sont référents sur ces questions ;
- de proposer des recommandations aux acteurs de l'aménagement pour plus de nature en ville.

Sur la base d'une recherche bibliographique effectuée par Plante & Cité, Sandrine Manusset à coordonné un travail d'analyse des protocoles et des résultats des études repérées. Les études les plus pertinentes ont été synthétisées.

La publication sous diverses formes est en cours mais demande de refreiner un enthousiasme qui ne sied pas au discours scientifique.

La recherche par mots clés sur internet a fait remonter 102 sources, 50 en provenance d'Amérique du Nord, 42 d'Europe (aucune en France !) et 2 d'Asie.

La plupart de ces études sont récentes (postérieures à 2000).

34 sources entièrement consacrées à la thématique ont fait l'objet d'une étude plus approfondie.

L'absence d'étude française est cohérente avec une approche française de la santé davantage axée sur les aspects « cliniques » que sur la prévention.

Les documents sont répartis en 5 thèmes du plus individuel au plus collectif : santé physique, santé mentale, environnement, économie, cohésion sociale.

En matière de « **santé physique** », 2 études américaines mettent en évidence la diminution des maladies circulatoires chez les personnes de milieux défavorisés résidant à proximité d'un espace vert qui favorise l'activité physique, en particulier pour les jeunes et les personnes âgées. Les personnes de milieu aisé ont la possibilité de se rendre dans des espaces verts plus éloignés (WE,...).

En termes de « **santé mentale** », 4 études décrivent la baisse du niveau de stress et d'anxiété et la diminution de la fatigue mentale, notamment chez les jeunes enfants grâce à la proximité des espaces verts.

3 études ont approfondi l'influence positive des espaces verts sur la **cohésion sociale**, le sentiment d'appartenance socio-culturelle et même la diminution des violences domestiques. Il semble néanmoins que toutes les formes de jardin n'ont pas les mêmes conséquences sur le sentiment de sécurité : la haie, le buisson peuvent être vécus comme propices aux agressions.

En matière d'environnement, des mesures ont été faites pour établir l'absorption du CO₂, relâché par des hydrocarbures consommés par la circulation des véhicules, à hauteur de 14 gr/m² de feuille pour une couverture arborée de l'ordre de 50%. D'autres mesures mettent en évidence la baisse de la température de 1 à 2°C à partir de 10% de couverture arborée. L'accumulation des mesures permet de modéliser les taux d'ombrage et leur impact pour une série d'espèces. Les études sont moins concluantes sur l'atténuation du bruit.

Enfin, diverses études (dont une sur Angers) tentent de préciser l'impact de la proximité d'un espace vert sur le prix du foncier et de l'immobilier. La modélisation de cet effet n'est pas facile. Les Chinois travaillent sur ces aspects.

CONCLUSION

Les effets de la présence du végétal dans la ville sont scientifiquement validés dans certains domaines :

- 1. Augmenter l'activité physique des plus fragiles**
- 2. Répondre aux attentes de loisir et de détente**
- 3. Donner plus de valeur au foncier et à l'immobilier**

Mais restent à confirmer dans d'autres :

4. Diminuer l'état de stress et d'angoisse des citadins
5. Favoriser la cohésion sociale
6. Contribution au maintien de la biodiversité
7. Limitation des variations climatiques et la pollution de l'air

DÉFINITION ET DONNÉES CLÉS

L'allergie est une maladie chronique sous forme de rhinite, asthme ou réactions cutanées.

10 à 20% de la population Européenne a une rhinite pollinique, 18,5% en France. La prévalence a triplé en 25 ans.

L'allergie a un retentissement sur la qualité de la vie : restrictions des activités de la vie courante, troubles du sommeil, problèmes infectieux... et un coût pour la société : absentéisme scolaire, arrêt de travail, maladie professionnelle.

L'allergie est réaction anormale de l'organisme face à des substances extérieures appelées allergènes qui pénètrent l'organisme par voies respiratoire, cutanée et digestive.

Les causes en sont multifactorielles avec souvent une dose d'hérédité et l'influence des modalités d'exposition aux allergènes (durée, intensité,...)

Le diagnostic nécessite un interrogatoire poussé, des tests cutanés à lecture immédiate et retardée, un dosage des IgE (Immunoglobulines) spécifiques, une EFR (exploration fonctionnelle respiratoire) avec test de provocation.

RÔLE DE L'ENVIRONNEMENT

On a constaté moins d'allergie aux pollens chez les personnes vivant à la campagne. Cela peut s'expliquer par la théorie hygiéniste qui veut qu'une plus forte quantité de bactéries à la campagne stimule notre système immunitaire de manière différente de l'allergie.

Des études montrent que les polluants chimiques et des particules fines modifient la forme du pollen et peuvent accroître son rôle irritant en modifiant sa forme et en facilitant ainsi sa pénétration dans les voies respiratoires.

Au Japon, la forte allergie au cèdre cryptoméria japonica dans les années 60 chez les sujets vivants en ville ou le long des autoroutes bordées de cèdre a été abondamment documentée.

Les polluants atmosphériques (ozone, dioxyde d'azote, dioxyde de soufre) peuvent augmenter la quantité d'allergènes présents dans les grains de pollens et leur capacité à se libérer dans l'air et ainsi majorer leur allergénicité. Certains polluants agissent comme des irritants des voies respiratoires et abaissent le seuil de réactivité bronchique. Leur action peut être renforcée par les conditions météorologiques.

Le réchauffement climatique modifie les aires de répartition des végétaux producteurs de pollens allergisant en allongeant la saison de floraison, les quantités de pollens produites et en modifiant le contenu allergénique des grains de pollens.

MÉCANISME : POURQUOI LE POLLEN EST-IL ALLERGISANT ?

Pour assurer le transport des grains de pollens des anthères vers les stigmates, les plantes utilisent à 80% le transport par les insectes (plantes entomogames) et 20% par le vent (plantes anémogames). La plupart des plantes à pollen allergisant sont anémogames. La pollinisation s'effectue avant ou de façon concomitante à la formation des feuilles sauf chez les espèces à feuilles persistantes.

L'allergie est causée par des protéines libérées par le grain de pollen. La taille du pollen est importante car plus il est petit, plus il est léger, plus il restera dans l'air et plus il pourra pénétrer dans les voies respiratoires hautes et basses. La quantité de pollens joue également un rôle.

CARACTÉRISATION DES POLLENS :

Le potentiel allergisant est donné en fonction de la qualité du pollen.

Le risque allergique est mesuré en fonction de l'exposition au pollen, de la quantité de grains de pollens dans l'air qui fluctue selon les saisons.

Le potentiel allergisant d'un pollen indique la capacité plus ou moins systématique des grains de pollen de l'espèce considérée de provoquer des symptômes chez les personnes allergiques aux pollens. Il est coté de 0 (nul) à 5 (très fort).

PRINCIPAUX VÉGÉTAUX EN CAUSE :

Le cyprès (cupressus sempervirens)

- Famille des cupressacées
- Planté dans toute la région méditerranéenne, utilisé comme « brise vent »

- Arbre emblématique du Midi
- Pollinisation en mars
- Espèces allergisantes: cupressus sempervirens et cupressus arizonica
- PA = 5

Pour limiter son impact il est conseillé d'éviter les haies mono spécifiques, en effet, diversifier les espèces permet de diminuer la concentration des grains de pollens. Une taille tardive en décembre ou janvier permet aussi de réduire le taux pollinique en diminuant le nombre de cônes mâles périphériques.

Les bétulacées

Famille d'arbres comprenant en particulier

- l'aulne : pollinisation en mars-avril, PA=3,
- le charme : pollinisation en avril-mai PA=3,
- le noisetier : pollinisation : janvier-avril, commun sauf en région méditerranéenne, PA = 3
- et le bouleau : initialement dans les pays froids et tempérés, très utilisé pour l'ornement des jardins privés et espaces verts publics, il tend à proliférer hors de ses régions d'origine participant à une sorte de « pollution verte », pollinisation en mars-avril, PA = 5, il cause de très fortes allergies dans le Nord Est de la France.

Le platane

- Platane à feuille d'érable (platanus hispanica) de la famille des Patanacées
- Pollinisation en avril-mai
- PA = 3

Cet hybride est le plus représenté en Europe et dans les agglomérations (40 000 à Paris). C'est une essence de lumière qui se développe bien le long des avenues et dans les parcs, jamais en forêt. Sa croissance est rapide il supporte la pollution et le vent.

Les graminées

Cette famille botanique importante comprend près de 10 000 espèces ubiquistes réparties sur des zones entières du globe où elles occupent une première place, fournissant des éléments indispensables à la nourriture des hommes et des animaux

- Pollinisation de mai- juillet (Les variétés ornementales fleurissent en général tardivement)
- PA = 5

Le risque d'asthme est d'autant plus important que l'émission pollinique a été forte au cours des jours qui ont précédé l'orage, que l'orage est plus violent, avec chute brutale de la température et augmentation du taux d'humidité. L'exposition aux herbes peut provoquer des urticaires de contact et des allergies professionnelles.

On distingue :

- les graminées céréalières : blé, orge, seigle, avoine, cultivées qui ont un potentiel allergisant fort mais il s'agit d'un pollen lourd et gros qui voyage peu d'où leur faible quantité dans l'air. Il s'agit d'allergie de proximité.
- les graminées sauvages des pelouses et des prairies qui sont les principales responsables des allergies (Phléole, dactyle, ivraie, flouve, pâturin, chiendent).
- les graminées ornementales : de plus en plus utilisées en ville, elles ont un fort potentiel allergisant. Il est conseillé de privilégier les espèces qui fleurissent peu ou ne font pas beaucoup de fleurs, dont l'intérêt décoratif est lié au feuillage, et qui émettront moins de grains de pollens dans l'atmosphère.

Les plantes d'appartement, à commencer par :

le ficus benjamina : 26% des jardiniers qui s'occupent de ficus présentent des symptômes d'allergie : rhinite, conjonctivite, asthme, allergie de contact, contre 3% dans la population générale. En mesure ELISA, on retrouve des antigènes de Ficus Benjamina dans la poussière des maisons, tapis, canapés situés dans un rayon de 3m de la plante; également dans la poussière de matelas.

Il peut exister des réactions croisées avec le latex d'Hevea Brasiliensis, plus chez les patients atopiques.

Le RNSA, réseau de surveillance en aerobiologie, publie les relevés polliniques de chaque site et par région. Les relevés sur une semaine donnent l'identification des différents taxons et le nombre de grains de pollen par mètre cube d'air par jour.

- www.rnsa.org
- www.vegetation-en-ville.org
- www.pollensinfo.org : pollens en Europe
- www.allergienet.com

ALLERGIES CUTANNÉES :

Il existe différents mécanismes expliquant les manifestations cutanées liées aux végétaux:

- irritation mécanique (plantes épineuses, barbes de céréales)
- irritation chimique : cristaux d'oxalate de calcium qui sont des aiguilles microscopiques qui pénètrent dans l'épiderme, famille des araceae (dieffenbachia, jonquilles, narcisse, jacinthe)
- dermite de contact et aéroportée, rôle d'une photosensibilisation : principalement les frullania, les lichens, les astéracées ou composées.
- allergènes : lactone sesquiterpénique, oak moss (mousse de chêne)
- urticaire de contact (urticacées)

La primevère

Primevère du Tibet : (primine) premières descriptions d'allergie en 1888. Y sont sujet les employés d'entreprises de graines et fleurs mais on constate aussi des cas d'allergie domestique. Les manifestations sont : dermite du visage, paupières, mains, avant bras, kératites.

Les tulipes

Les bulbes contiennent des tulipalines qui provoquent des dermatites sévères surtout chez les fleuristes, eczéma des mains, pulpites ou des allergies professionnelles surtout les ensacheurs de bulbes.

D'autres plantes provoquent des allergies cutanées

- Chrysanthème de Chine ou d'automne, abondamment exploitées en horticulture
- Géranium : dermite chez les horticulteurs causées par le géranol
- Philodendron : allergie de contact chez horticulteurs, fleuristes et femmes d'intérieur

LA PRÉVENTION

Au niveau individuel, il est possible d'agir par la protection respiratoire et cutanée avec des masques, gants, pantalons anti coupure, par la protection solaire, mais aussi de prendre des mesures d'orientation professionnelle chez les jeunes atopiques et/ou asthmatiques. Des listes d'éviction peuvent être établies : (astéracées avec les lactones sesquiterpéniques peuvent être présentes dans cosmétiques).

La déclaration de maladies professionnelles peut favoriser la prise en charge des personnes allergiques.

Au niveau collectif, les leviers de la prévention sont :

- Formation professionnelle sur les risques allergiques
- Aménagement espaces verts et jardins : diversifier les espèces
- Collaboration professionnels de santé et horticulteurs, paysagers

› **Les jardins thérapeutiques** d'après la présentation de **Vincent Piveteau et Véronique Laulier de l'Ecole Nationale Supérieure du Paysage** le 10 avril 2013

Le lien intime entre le jardin et la santé a traversé les époques : les vertus des plantes médicinales sont utilisées dans la médecine chinoise, dès Charlemagne les monastères sont des lieux d'accueil et de soin des malades et des indigents qui participent au jardinage. Les « hotels dieux » ont aussi un jardin associé.

Le XIXème siècle et l'hygiénisme ont progressivement estompé ce lien et ce lieu.

Plus l'hôpital devient un lieu de guérison (et moins de conversion) plus la technicité, les bâtiments prennent le pas sur le jardin. Seules la psychiatrie, la gériatrie résistent ...surtout à l'étranger avec **des foyers internationaux** : Canada, au États Unis, en Grande Bretagne et au Japon, (Institut Douglas, l'Horticultural Thérapie Institut, l'American Horticultural Therapy Association (AHTA))

Depuis les années 1990, un foisonnement progressif d'expériences (Anne Ribes, Jardins et santé, une série de rencontres symposiums et colloques) a vu le jour.

2008 est une année charnière pour la France avec la reconnaissance par le ministère des affaires sociales puis le ministère de la santé de cette thérapie comme non médicamenteuse.

Il est nécessaire de clarifier les concepts :

Le **jardin à but thérapeutique** est à la fois lieu de bien être, un lieu où l'on peut se promener, prendre le temps, recevoir, un lieu « hospitalier ».

C'est un lieu où l'on peut aussi bénéficier de soin par le jardinage, ce que l'on nomme **hortithérapie**.

Mais le jardin est aussi un **lieu d'apprentissage** ou le jardinage est un outil contributif visant la stimulation des capacités persistantes,

La question du jardin modifie la frontière de l'acte de soin, comme elle modifie la frontière entre personnels soignants et patients.

Les symposiums « jardins et santé » permettent de mesurer les avancées. Les inscrits ne représentent pas moins d'une soixantaine d'activités différentes, ils viennent d'établissements très diversifiés. Les

débats sont riches d'échanges d'expériences qui amènent des questionnements sur la mise en place d'un jardin à but thérapeutique (JABT) :

- comment concevoir et réaliser un JABT, l'adapter à des pathologies différentes, à des activités différentes, quelles sont ses spécificités ?
- comment prendre en compte la réglementation ?
- quel est l'intérêt pour les usagers, l'impact du JABT pour le corps médical et de quelle manière il s'inscrit et inscrit le patient dans un programme de soin ?
- comment composer avec tous les acteurs pour répondre à l'attente de chacun ?
- comment le gérer et l'organiser pour assurer sa pérennité, sa maintenance, comment le faire vivre ?
- comment et où trouver des financements ?

et en amont de ces questions sur les modalités de mise en œuvre, se posent d'autres questions qui mettent en lien le concepteur paysagiste du jardin et le soignant :

- qu'est ce qu'un jardin thérapeutique, quel est son rôle ?
- qu'elle est la différence entre l'hortithérapie, le jardinage, le jardin à visée thérapeutique ?
- quel est le processus thérapeutique en « cause » dans l'hortithérapie ?
- comment faire évoluer les pratiques professionnelles en prenant en compte cette nouvelle donne ?
- comment évaluer le bien être apporté par de tels projets ou activités, quels sont les outils existants à adapter ou à créer ?

La question de la formation des soignants et des paysagistes à ces nouvelles pratiques reste posée. De nombreuses réalisations sont fondées sur la bonne volonté, l'envie de quelques personnes.

Les leviers de progrès sont donc à différents niveaux pour que la conception des jardins soit anticipée (conçue, financée) dès l'élaboration des projets de résidences de personnes âgées ou de service de psychiatrie nouveaux.

Des formations en hortithérapie existent à Toulouse et au CHU de Nancy,... mais les besoins d'évaluation, de recherche sont immenses pour prouver

- que la qualité des espaces joue sur la qualité des soins.
- que l'hortithérapie est bénéfique,
- ...

› **La phytoremédiation des sols contaminés** d'après la présentation de **Jean-Louis Morel** **Laboratoire Sols et environnement – Université de Lorraine – INRA** le 16 janvier 2013

LA CONTAMINATION DES SOLS

Il convient de distinguer les zones agricoles, le milieu urbain et les sols de jardins.

En zone agricole, les polluants des sols peuvent provenir de l'activité agricole : les produits phytosanitaires et les amendements en excès (phosphore et azote). La carte de la pollution des sols par le cuivre correspond exactement à celle du vignoble du fait de l'usage important de la bouillie bordelaise ($\text{CuSO}_4 + \text{Ca}(\text{OH})_2$) comme fongicide.

Les sols agricoles peuvent aussi être pollués par les métaux issus de l'activité industrielle. Plus de 10 000 km² de sols sont contaminés par Cd, Pb et Zn du fait des usines métallurgiques avec potentiellement, contamination de la chaîne alimentaire.

En milieu urbain, les pollutions viennent de l'activité industrielle ou de service. En 2012, le ministère de l'environnement enregistrait 257 000 sites ayant accueilli une activité industrielle ou de service dont 4100 faisant l'objet d'une mesure de gestion, dont 1870 traités avec restriction d'usage et 850 à l'étude (bases de données Basias et Basol).

Les technosols, sols fortement anthropisés, incluent des couches successives de matériaux issus de l'activité humaine (déchets laitiers, industriels, boues, hydrocarbures, bétons,...). Le fonctionnement de ces sols est très perturbé :

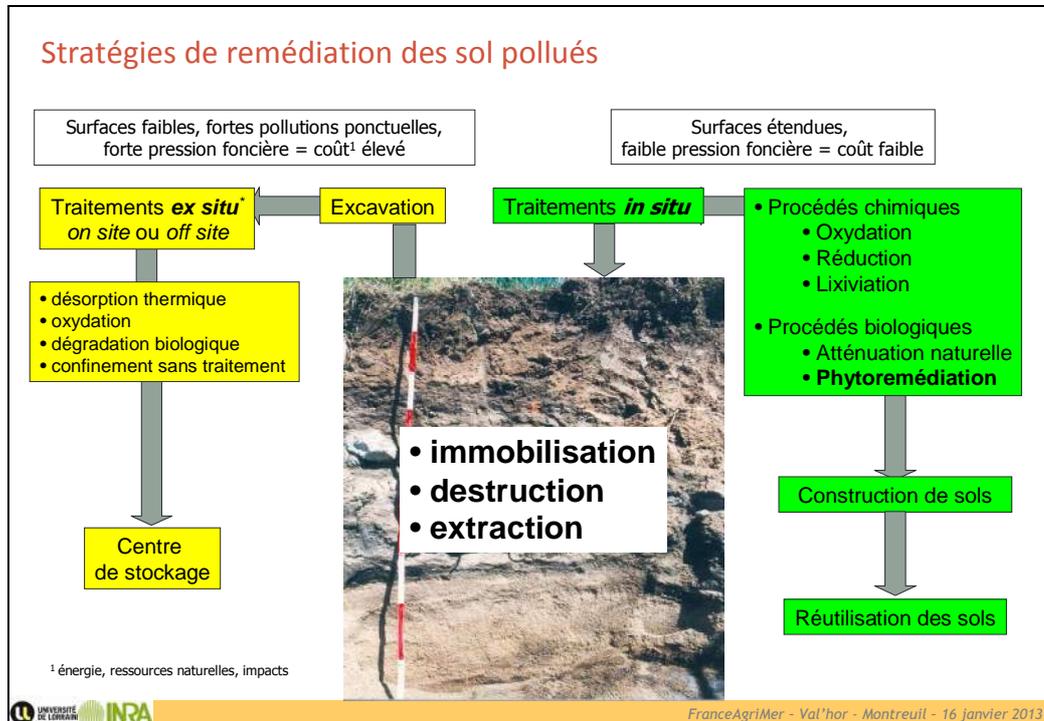
- Fonctions de production de biomasse et de réservoir de biodiversité altérées
- Fonctions de filtre : polluants menaçant la ressource en eau
- Fonctions de stockage : C anthropique
- Fonction de support des activités humaines : principal objectif de la reconversion

Les sols de jardins sont particulièrement riches du fait d'apports réguliers de matières organiques, mais se sont aussi souvent des sols très contaminés et ce d'autant plus que le jardinage est intensif. Une comparaison effectuée sur 105 échantillons de sols de jardins mosellans et les données d'une base de données de sols agricoles allemands montre des teneurs en métaux des sols de jardins en moyenne deux fois supérieures à celles des sols agricoles.

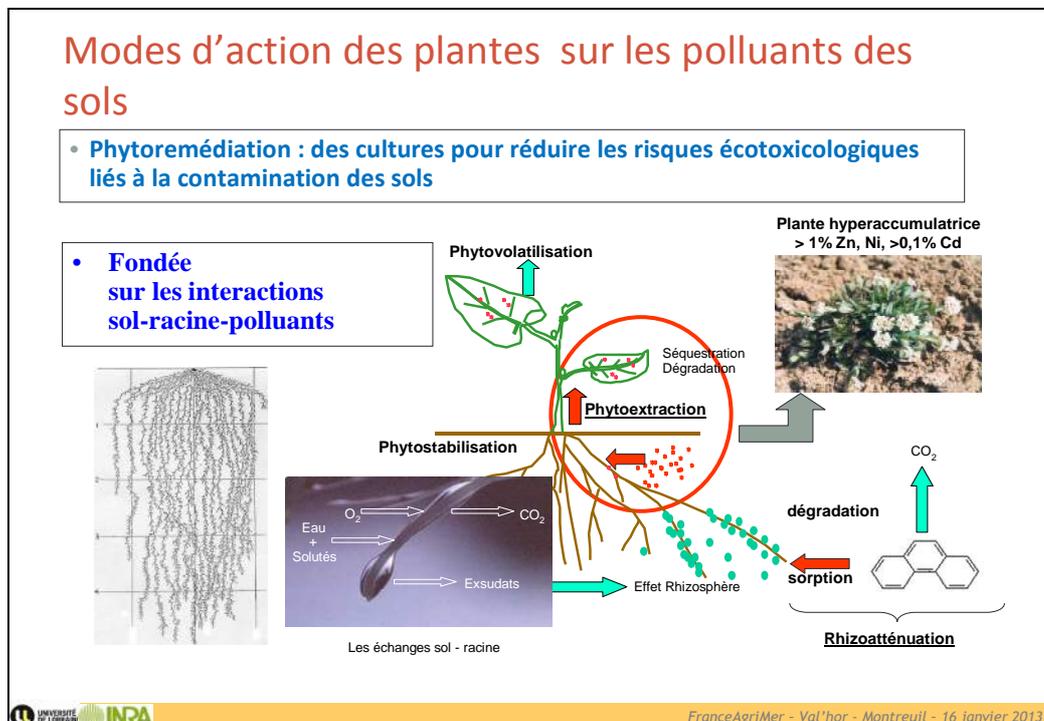
LES STRATÉGIES DE REMÉDIATION DES SOLS POLLUÉS

Dans les cas de surfaces limitées, de fortes pollutions ponctuelles et de forte pression foncière, on a recours à l'excavation de ces sols et le plus souvent à son stockage ailleurs. Opérations dont le coût est particulièrement élevé.

Dans les cas de surfaces étendues et de faible pression foncière, des méthodes peu coûteuses sont recherchées par la mise en œuvre de procédés chimiques (oxydation, réduction, lixiviation¹) ou biologiques (atténuation naturelle ou phytoremédiation).



LES PHYTOREMÉDIATIONS



¹ Percolation lente de l'eau à travers le sol permettant la dissolution des matières solides qui y sont contenues.

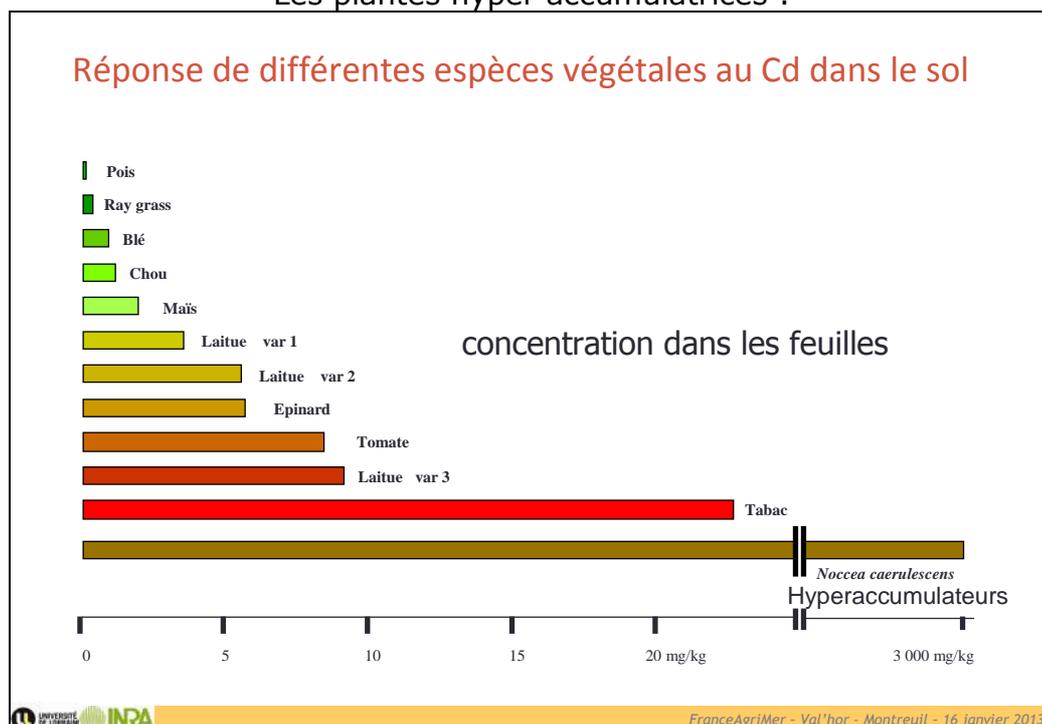
Alors qu'une terre excavée même après traitement est considérée comme un déchet qui doit être stocké et ne peut être utilisée pour reconstruire un sol, alors que les procédés chimiques détruisent les sols et donc imposent une reconstruction du sol avant qu'il puisse être réutilisé, la phytoremédiation se fonde sur les interactions sol-racine-plante sans altération des fonctions des sols. Les plantes agissent de différentes façons.

Immobiliser : La phytostabilisation : recours à des plantes vasculaires pour réduire la mobilité et diffusion des polluants contenus dans un sol dans l'environnement : que ce soit sous forme de poussières, d'ions ou particules lessivés par l'eau, ou transportés par la faune (bioturbation), ces trois modes de transports de polluants étant généralement les premières causes de recontamination de l'environnement sur et autour des sites pollués. Un des modes d'action des plantes est la **sorption** : les polluants se lient aux racines. La phytostabilisation ne traite donc pas véritablement la pollution ; elle en diminue la mobilité.

(ex de l'Arsenic sur le site des mines d'or de Salsigne(11))

Volatiliser : La phytovolatilisation les plantes absorbent l'eau de la lithosphère contenant des contaminants organiques et autres produits toxiques, les transforment en éléments volatiles et les relâchent dans l'atmosphère via leurs feuilles. De cette manière, les polluants sont dégradés en composants moins ou non toxiques avant d'être libérés. Cependant, pour certaines substances, bien que la phytovolatilisation permette de décontaminer les sols, elle libère des substances toxiques dans l'atmosphère.

Les plantes hyper accumulatrices :

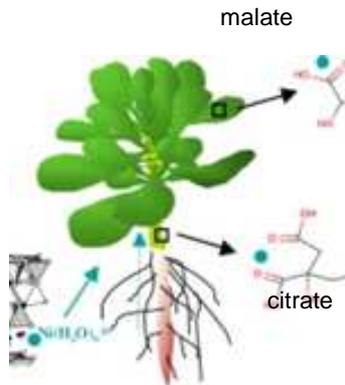


Eliminer : La phytoextraction : prélèvement des polluants par les plantes qui les concentrent dans leurs parties aériennes. Les plantes particulièrement tolérantes aux polluants sont appelées hyper accumulatrices.

Des plantes ont été identifiées comme hyper accumulatrices de Nickel qui peut constituer jusqu'à 25% de la sève (*Sebertia accuminata*). Dans les Balkans, *Alyssum murale* est également hyperaccumulatrice de Ni. Le Ni est combiné dans la plante sous une forme complexe, moins toxique.

La phytoextraction diminue la biodisponibilité des métaux qui vont donc être moins transportés par lessivage et moins disponibles pour les autres plantes. Ainsi des systèmes de co-culture d'une plante accumulatrice et d'une plante alimentaire permettent la valorisation des sols pollués. (exemple au Guandong en Chine, le maïs cultivé en co-culture avec *Sedum alfredii* contient moins de cadmium que s'il est cultivé seul)

Modes de séquestration des métaux dans les hyperaccumulateurs : Ni

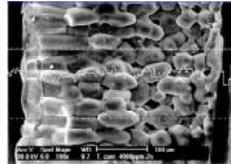


Complexes

- **Citrate**
 - *A. murale*, *Leptoplax emarginata*, *Sebertia acuminata*, *Psychotria douarrei*, *Phyllanthus serpentinus*
- **malate**
 - *L. emarginata*
- **Histidine**
 - *A. murale*, *S. acuminata*

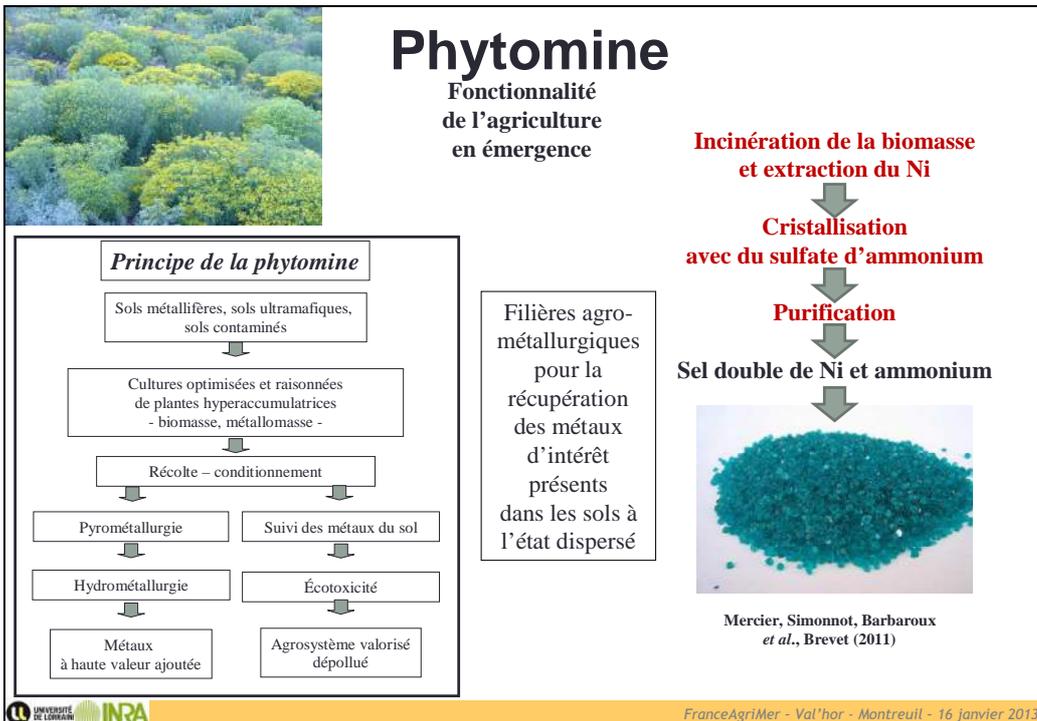
Montarges *et al.*, 2008, *Phytochemistry*

Ni dans les feuilles de *Leptoplax emarginata*

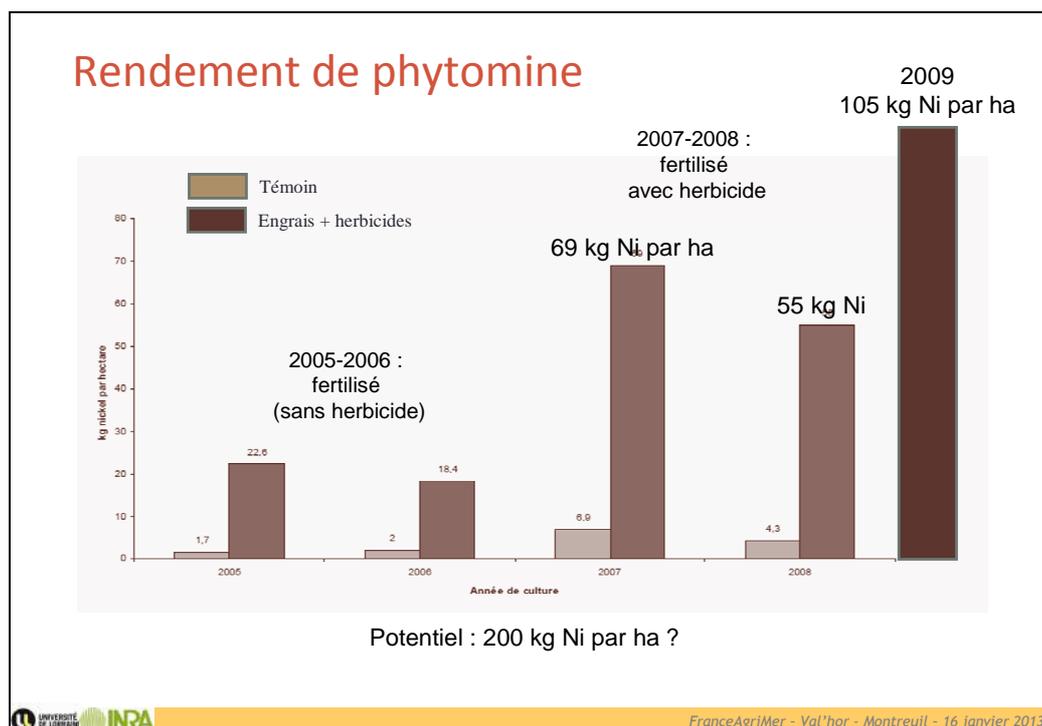


Localisation dans les cellules de l'épiderme

Il est possible d'extraire des sels de Ni des plantes. Dans ce cas on parle de « phytomine ». Ainsi émerge une nouvelle fonctionnalité de l'agriculture au travers de filières agro-métallurgiques pour la récupération des métaux d'intérêts présents dans les sols à l'état dispersé.



Des essais en plein champ sont menés en Albanie sur des sols ultramafiques² pour préciser les modes de conduite des cultures, le stade optimal pour la récolte et le rendement à attendre.



CONCLUSION

- Phytoremédiation : large gamme de procédés agro-écologiques
 - Extensif, efficace pour abaisser les risques liés aux sols contaminés
 - Générée par l'énergie solaire sans altération de la fertilité du sol
 - Applicable pour les contaminations superficielles et des surfaces étendues
 - Zone tampon entre zone polluée et biosphère
- Limites actuelles
 - Sélection, production de semences
 - Itinéraires techniques – filières de valorisation de la biomasse
 - Impacts écotoxicologiques et écologiques
 - Acceptabilité technologique
 - Positionnement économique /traitements alternatifs
- Perspectives
 - Optimisation des procédés de phytoremédiation
 - sélection, itinéraires techniques
 - Intégration des procédés dans des stratégies à intérêt socio-économique
 - Production alimentaire (e.g. phytoextraction et co-culture)
 - Extraction minière (e.g. phytomine)
 - Production de biomasse à intérêt industriel (e.g. phytostabilisation, rhizodégradation)

² Les sols ultramafiques ou miniers sont caractérisés par une déficience en nutriments essentiels à la croissance des végétaux, et sont riches en métaux potentiellement toxiques tels que le nickel, le cobalt, le chrome, le magnésium, le fer et le manganèse.

ENJEUX ET BÉNÉFICES DE L'AGRICULTURE URBAINE

Définition :

“L'agriculture localisée dans la ville et à sa périphérie, dont les produits sont destinés à la ville et pour laquelle il existe une alternative entre usage agricole et urbain non agricole des ressources; l'alternative ouvrant sur des concurrences, mais également sur des complémentarités entre ces usages”

Moustier & Mbaye, 1999.

L'implantation d'agriculture dans et autour des villes est influencée par 5 facteurs principaux :

- La démographie : d'après les dernières projections de l'ONU, la Terre comptera 9 milliards d'habitants en 2050. L'enjeu consiste à produire plus en consommant moins de terres. Nombreux sont les promoteurs d'une agriculture urbaine intensive à interpeller sur l'incapacité des seules terres arables à « nourrir le monde ».
- L'urbanisation : cette croissance démographique s'accompagne d'un mouvement continu vers les villes, qui regrouperont 60% de la population en 2020 et 80% en 2050. Cette urbanisation s'accompagne d'une artificialisation et même de fréquentes pollutions des sols. Chaque année, en France, 60 000 Ha sont grignotés par la ville, ce qui équivaut à la disparition en SAU de la surface d'un département tous les 7 ans. A l'échelle mondiale, ce serait près de 12 millions d'Ha chaque année.
- La dépendance alimentaire des villes, régulièrement mise en exergue. Ainsi, aujourd'hui, Paris ne disposerait que de 4 jours d'autonomie si Rungis venait à cesser momentanément son activité. La volonté de consommer locale est forte. Le consomm'acteur réclame de voir le produit qu'il déguste : manger simple, sain et savoureux (Slow food). Le « locavorisme » a fait son apparition dans les mots du XXIème siècle.
- L'environnement : le transport des denrées alimentaires est souvent accusé de provoquer de fortes dépenses carbonées. Pas toujours à raison, comme le montrent des analyses de cycle de vie comparées. La saisonnalité et les habitudes de consommation rendent l'analyse moins simpliste.
- L'attente sociale, manifeste dans les pays du Nord. Retrouver un lien à la terre, réapprendre les gestes élémentaires : la demande de pratique partagée et conviviale va croissante. Le rôle pédagogique des « jardins partagés » est très fort. Le rôle de facilitateur de convivialité, qui permet de retisser des communautés, voire d'insertion sociale et d'apaisement dans les quartiers, à l'image des « community gardens » américains, l'est tout autant.

REVUE DES PRINCIPALES FORMES D'AGRICULTURE DANS ET AUTOUR DES VILLES

➤ Les jardins collectifs

Lieux de partage, de générosité, de militantisme locavore mais aussi pépinière de culture de compétences notamment sur les composts, l'apiculture, le maraichage et la culture de champignon, l'aviculture,...Ce sont des lieux de réappropriation de la connaissance.

➤ Les fermes commerciales

Ex : Fermes Lufa, Montréal, Canada : 10 000m² de serres / 100 % hydroponique

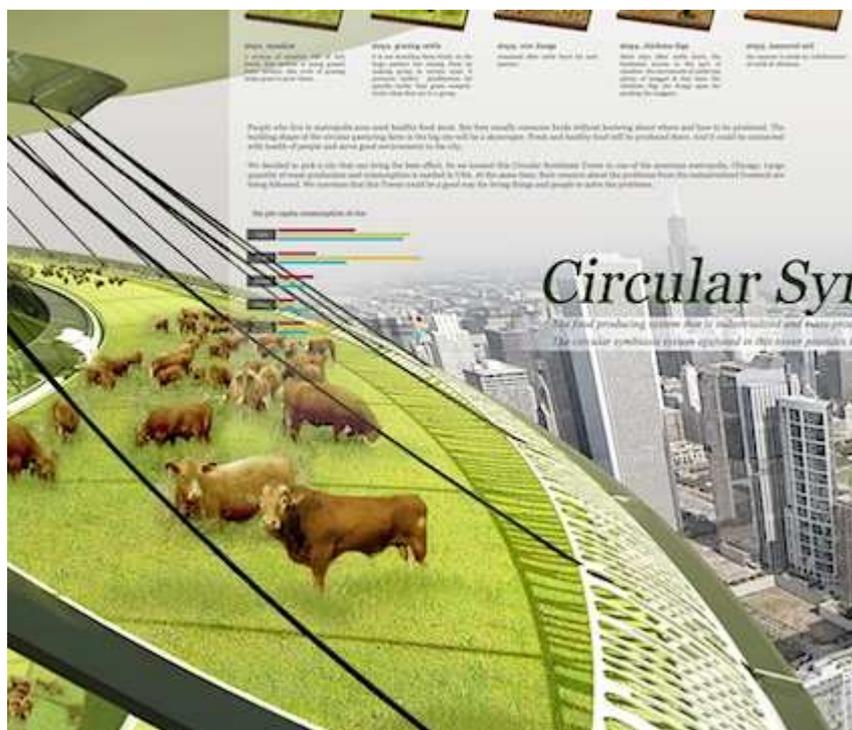
L'activité de ces fermes repose sur une clientèle abonnée à un panier hebdomadaire à base de productions de la ferme complétées avec des productions des environs.

Ex : Gotham Greens, Brightfarms, New York : 10 000m² de serres / 100 % hydroponique sur le toit d'un supermarché où sont vendues les laitues « ultra fraîches »

➤ Les fermes verticales



Il s'agit surtout de prouesses architecturales expérimentales, dans la logique de densification urbaine.

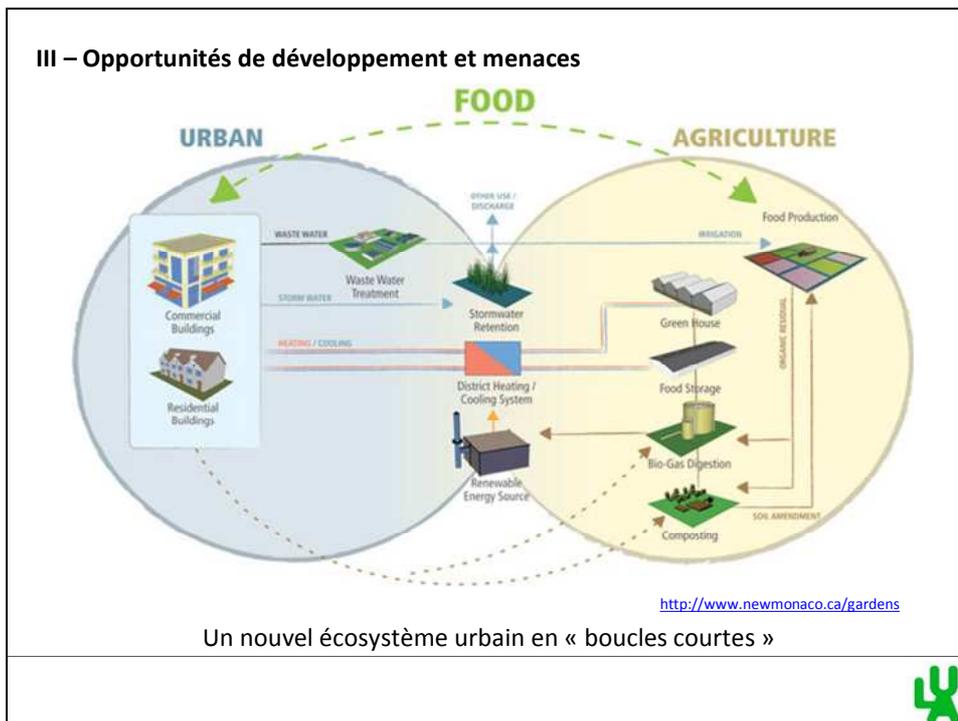


Le site, le livre et l'exposition itinérante « Carrot city » présentent une sorte de catalogue de projets réalisés ou non.

OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE URBAINE ET MENACES

Le développement de l'agriculture urbaine est influencé par 5 facteurs : facteur humain, disponibilité du foncier, ressource en eau, en énergie et pollution.

Un colloque se tient à Montpellier le 1^{er} mars 2013 sur le thème « Eau, énergies, terres, emplois. Quelles ressources pour nourrir les villes ». La thématique développée confirme la liste des facteurs à prendre en compte.



L'agriculture urbaine oblige à innover en matière d'organisation du travail et de mode de vie de l'exploitant. Elle s'appuie sur une importante disponibilité de main d'œuvre et sur des néo agriculteurs souvent hautement qualifiés qui se forment à cette agriculture, tout en inventant les méthodes. Les urbains-culteurs viennent d'autres métiers (informatique, logistique,...) dont ils utilisent les approches dans leur expérience agricole. On les retrouve dans les différents modèles d'agriculture urbaine, individuelle, commerciale ou collective. Ces néo agriculteurs à partir d'un projet souvent généreux intègrent facilement les technologies.

La question foncière est également multiforme : la pression foncière peut être forte et interroger sur la valorisation et la monétarisation des services rendus face aux conflits d'usage. Le foncier est extrêmement morcelé dans l'espace et même dans le temps avec la disponibilité précaire de parcelles entre 2 phases de renouvellement urbain. Le foncier est souvent pollué et/ou artificialisé. La pollution notamment atmosphérique peut justifier des cultures sous abris.

La tension sur la ressource en eau pousse à rechercher des « boucles courtes » d'utilisation des eaux usées recyclées.

UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME... MAIS UN RÉEL MARCHÉ ?

Les marchés locaux de vente directe des productions agri urbaine se multiplient mais cela constitue-t-il un marché ?

Des éléments d'évaluation économique de certaines expériences montrent leur dépendance aux aides publiques et/ou à une clientèle aisée et militante. Mais les critères d'évaluation de la durabilité de ces systèmes doivent aussi tenir compte de la portée sociale des projets.

› Les toitures végétalisées dans la gestion des eaux pluviales d'après la présentation de **Bernard de Gouvello** le 20 mars 2013

Bernard de Gouvello présente le projet « TVGEP » Conception de toitures végétalisées pour la gestion des eaux pluviales dont il est le coordinateur (projet ADIVET – LEESU – CSTB – MEDDE – conseil général des Hauts de Seine.)

L'objectif général de cette étude est d'évaluer les toitures terrasses végétalisées (TTV) comme outil de gestion des eaux pluviales (flux d'eau et de contaminants) à une double échelle: parcelle et ville. Elle mobilise une approche multi-échelles et multidisciplinaire

- échelles : banc expérimental bâtiment et bassin versant
- disciplines sollicitées: sciences sociales, hydrologie, chimie de l'environnement, hydrologie urbaine

L'étude est structurée en 4 parties :

- État des lieux des pratiques et attentes des acteurs
- Observation et modélisation du comportement hydrique des TTV

- Incidence des TTV sur la qualité des eaux ruisselées
- Déclinaisons opérationnelle et prospective des avancées scientifiques

ÉTAT DES LIEUX DES PRATIQUES ET ATTENTES DES ACTEURS

Les acteurs concernés sont très divers :

- Les fabricants
- Les maîtres d'ouvrage (publics ou privés) qui sont les décideurs
- Les métiers de la maîtrise d'œuvre en charge de la réalisation
 - Bureaux d'études techniques
 - Architectes
 - Entreprise de pose, artisans
- Les « gardiens » de la qualité et des métiers
 - Assurance
 - Organismes de formation
 - Syndicats professionnels

Les obstacles à la mise en œuvre de toitures végétalisées recensés :

- Le surcout généré par des solutions d'étanchéité spécifiques conduit à l'abandon de certains projets. On note une sensibilité à l'évolution des subventions soit directe soit par contrecoup des évolutions des subventions aux panneaux photovoltaïques. Les priorités des décideurs politiques sont déterminantes. La cinquième façade est un lieu très sollicité (antennes, panneaux photovoltaïques,...).
- Les terrasses ne sont pas toujours acceptées dans les documents d'urbanisme.
- L'accès aux assurances privilégie les étancheurs qui étendent leur garantie décennale aux TTV. Le manque de retours d'expérience et l'absence de jurisprudence encouragent les surprimes voire les refus d'assurer en garantie décennale (pour les paysagistes) Il apparaît nécessaire d'effectuer du retour d'expérience avec un taux de sinistralité minime.
- Déficit de formation et de compétence hybride étanchéité / végétalisation

Les leviers : Les performances environnementales revendiquées ne sont pas totalement avérées malgré la multiplication des études et des recherches pour objectiver les performances. Le retour de la nature en ville est prisé par les citoyens. Mais, dans le cas des toitures végétalisées, les propriétaires ne sont pas les bénéficiaires directs de l'esthétique créée.

L'argument historique de la facilité d'entretien voire du non-entretien est remis en question au risque d'affaiblir l'image de la technique.

Cette approche en freins/leviers est assez peu pertinente, compte tenu des incertitudes. Une approche en termes d'enjeux est proposée pour raisonner l'évolution des pratiques et la construction du marché.

OBSERVATION ET MODÉLISATION DU COMPORTEMENT HYDRIQUE DES TTV

Objectifs / méthodes:

- Observations pendant 1 an et demi sur plusieurs types de toitures
- Détermination des paramètres ayant un rôle sur le bilan hydrique par modélisation à base physique
- Développement d'un modèle simple à réservoir calé et validé sur les observations
- Recommandations de dimensionnement en fonction d'objectifs de limitation de débits et/ou d'abattement à partir du modèle (modélisation sur plusieurs années et différents climats)

Sur un toit terrasse, des parcelles sont aménagées avec 6 compartiment de 35 m² de différents type de couvertures végétalisées et 2 parcelles témoin de 21 m².

Tous les termes du bilan hydrique (pluie, ruissellement, évapotranspiration, contenu en eau du substrat) sont mesurés.

Les capacités à ralentir le ruissèlement des différents types de couverture sont évaluées en fonction de l'intensité des précipitations.

INCIDENCE DES TTV SUR LA QUALITÉ DES EAUX RUISSELÉES

Objectifs et méthodes:

- Caractériser la contamination des ruissellements de TTV comparativement aux apports atmosphériques et aux TT classiques.
 - Echantillonnage et analyse: MES, COP, COD, Ntot, Ptot, anions/cations, métaux, HAP, alkylphenols, bisphénolA.

- Suivi en parallèle des apports atmosphériques, des 2 TT classiques et des 6 TTV extensives et semi-intensives
- Caractériser le risque d'émissions par les matériaux constitutifs de la structure
 - Classification des matériaux
 - Tests sur colonnes de substrats (nutriments, ions, métaux)
 - Tests de lixiviation et/ou de pluie simulée sur éprouvettes de matériaux (alkylphénol, bisphénol A)

Les eaux de ruissèlement issues des toitures végétalisées contiennent plus de matières organiques et moins de micropolluants métalliques ou organiques. Parfois la toiture végétalisée peut être source de polluant. Mais la qualité des eaux varie d'un épisode pluvieux à l'autre.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES DES AVANCÉES SCIENTIFIQUES

Objectifs:

- Esquisse d'une méthode standard d'évaluation des performances de gestion des eaux de pluies
- Recommandation pour la conception et le dimensionnement de TTV répondant aux besoins de gestion des eaux de pluies
- Evaluation prospective de l'impact de la diffusion des TTV à l'échelle du bassin versant (impact sur les débits dans le réseau d'assainissement)
 - Impact dû au changement d'échelle (parcelle > bassin)
 - Étude du potentiel de végétalisation du bassin
 - Tests sur des bassins réels (choisis avec le partenaire du CG92)

Il s'agit de faire des scénarios de végétalisation crédibles, identifier ce qui est réellement végétalisable que ce soit au sol ou sur les toits terrasses. Ensuite, grâce aux données de la terrasse expérimentale, il devient possible de simuler l'impact sur les risques d'inondation.

Les calculs sur le bassin de Chatillon, où la problématique est celle de débordements et d'inondations, conduisent aux résultats suivants :

- La mise en place de TTV permet de réduire la fréquence de débordement en "absorbant" les événements de débit légèrement supérieur au seuil.
- La réduction moyenne du débit dépend plus du pourcentage de végétation de TTV que de l'épaisseur choisie. - Cette réduction moyenne varie très sensiblement d'un événement à l'autre en fonction des conditions initiales de l'évènement et de ses intensités et durées.

Sur le bassin de Boulogne, l'impact se mesure en termes de fréquence des déversements en Seine. La mise en place de TTV permet de réduire la fréquence de déversement en Seine et les flux de contaminants

› **Infrastructure douce** d'après la présentation de **Jean-Marc Bouillon (Villes & Paysages)** le 10 avril 2013

Dans la plupart des pays développés, les villes « fonctionnent », les infrastructures sont en place, le cadre bâti pour y travailler, s'y déplacer, s'y cultiver existe, de grands équipements offrent de nombreux services. Mais les modes de vie évoluent et l'évolution des pratiques urbaines et des modes de vie est de plus en plus découplée de celle des formes urbaines.

On peut citer la réduction du temps de travail et l'allongement de la durée de vie : passage d'une société dominée par la valeur travail à une société des loisirs et de la mobilité (Cf. VIARD. J, *Éloge de la mobilité – Essai sur le capital temps libre et la valeur travail*)

Au XIXème siècle, l'espérance de vie d'un ouvrier était de 500 000 heures

- 200 000 heures de travail
- 200 000 heures de sommeil
- 100 000 heures de temps libre

Aujourd'hui, l'espérance de vie est de 700 000 heures

- 67 000 heures de travail (9% de notre vie ou 16% de notre vie hors sommeil)
- 200 000 heures de sommeil
- 30 000 heures d'études
- 400 000 heures de temps libre (dont 100 000 devant la télévision)

Ainsi, le temps libre a-t-il été multiplié par 4

Depuis les années 1980, les déplacements de loisirs et de consommation ont dépassé les déplacements de travail.

En Suisse par exemple, les déplacements liés aux achats et aux loisirs représentent 56% du total des déplacements contre 26% des déplacements de travail (Office fédéral des statistiques suisses, 2005). En 1950, on parcourait en moyenne 5km par jour, aujourd'hui, nous parcourons 45km par jour (Chalas). De nouvelles conceptions de la ville voient le jour : la ville des courtes distances (ville polycentrique), les mouvements *slow city*, *slow food*... la ville durable densifiée... autant d'indicateurs qui traduisent une inflexion de la tendance

On passe d'une période de forte augmentation du besoin de déplacements lié à l'activité à une stagnation voire une diminution des distances quotidiennes et un changement de nature de ces déplacements. Aujourd'hui, on observe une segmentation et un manque de lisibilité de l'espace public, (Logique d'archipel VS logique plus réticulaire, de connexion), un empilement des couloirs de circulation dans lesquels chaque mode circule à sa vitesse (trottoir, piste cyclable, TCSP, voirie...). La plupart des réseaux dédiés aux modes actifs se sont constitués à partir de logiques d'opportunités liées à des réaménagements de voiries plus qu'à partir d'une réelle planification.



DE L'INFRASTRUCTURE VERTE A L'INFRASTRUCTURE DOUCE

La notion d'infrastructure verte apparaît dès le XV^{ème} siècle avec les espaces verts reliés entre eux. On la retrouve avec Frederick Law Olmsted et son « *park system* » - *L'Emerald Necklace* de Boston (1877) Une idée toujours un peu présente et un retour de la notion aujourd'hui (Grenelle II) mais l'infrastructure verte a du mal à trouver une réalité concrète dans les espaces urbains.

Principes récurrents de la notion d'infrastructure douce :

- Toutes les typologies des espaces naturels, semi-naturels et des aménagements paysagers publics et privés d'une ville
- Réseau, connectivité
- Multifonctionnalité, fourniture d'une variété de services
- Echelles variables: du projet urbain jusqu'à l'échelle métropolitaine

Une notion trop associée à « l'Écologie » alors que les problématiques environnementales actuelles sont également des questions politiques et sociales [systèmes socio-écologiques (Holling), *Sustainable Science* (Folk), *Urban Political Ecology* (Swingedouw)]

Elle existe dans les discours et dans la législation (dispositif Trame verte et bleue (TVB) du Grenelle) mais les continuités sont difficiles à mettre en œuvre au cœur des villes

Pour contrer le creusement d'un décalage entre les formes urbaines existantes et les modes de villes de demain, un changement d'approche est nécessaire.

UNE APPROCHE SOCIO-ÉCOLOGIQUE

Par une approche systémique fondée sur l'hybridation de politiques d'aménagements que la modernité a séparées, il s'agit de relier entre eux tous les éléments qui ont pour point commun le cadre de vie, le « vivre ensemble », et qui sont le résultat de politiques qui s'additionnent plus qu'elles ne composent :

- lieux de commerce et espaces naturels,
- lieux de sport et centre historique
- lieux de culture et base de loisirs
- places de quartier et rives de cours d'eau
- trames vertes et bleues

Emprunter à l'écologie un principe essentiel, celui de la continuité et l'appliquer à nos espaces de vie. Cette approche donne à l'environnement une dimension plus sociale [écologie urbaine/humaine et question environnementale (changement climatique, événements extrêmes...)]

L'infrastructure douce développe un regard et des réponses différentes sur le rôle du vide structurant de nos villes dans lequel se passe la vie publique, sociale....

Elle permet une mise en cohérence

- Différents courants de recherches

Génie urbain, SHS, *planning theory*, *planning policy*, sciences de l'environnement

- Différentes approches politiques et réglementaires

Politiques des espaces publics, politiques des modes doux, TVB urbaines, adaptation au changement climatique, résilience urbaine...

- Différents courants de l'urbanisme

Urbanisme durable, *new urbanism*, *transect planning* (Duany & Talen), *placemaking* (Jacobs, White, Soulier), *walkable city* (Gehl), *slow city*, *ecological planning*....

C'est une approche pluridisciplinaire et pragmatique.

DE LA THEORIE A LA PRATIQUE

Passer de la théorie... à la pratique : ce qui prouve la validité de l'infrastructure douce c'est l'existence de projets qui s'en réclament.

Pour la ville nouvelle : prendre comme préalable au projet la façon dont la population va vivre ensemble dans des espaces publics communautaires.

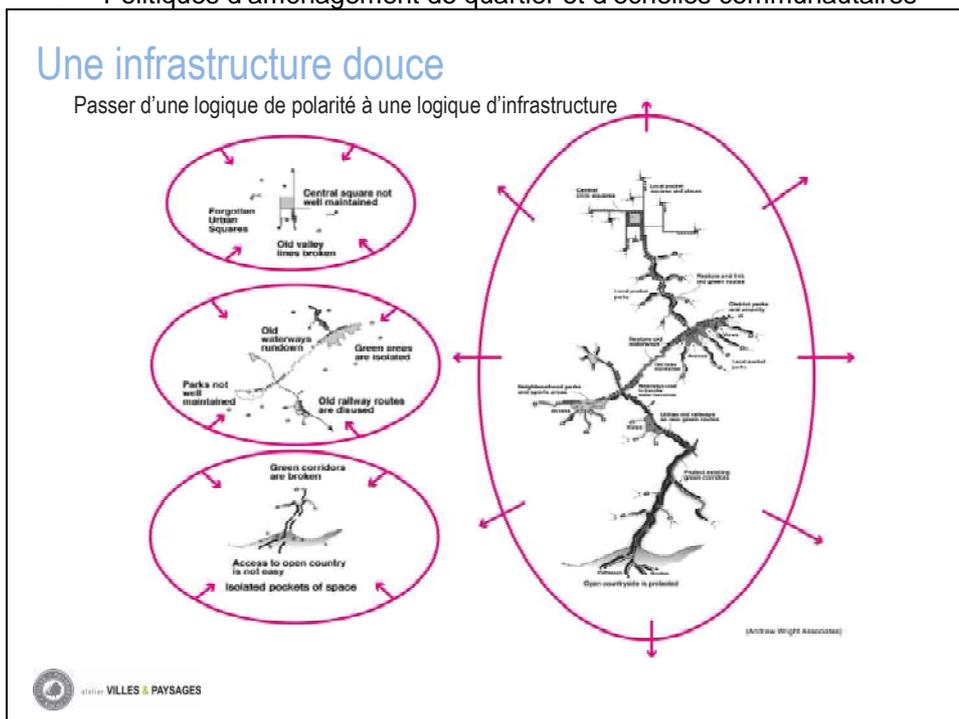
Pour la ville existante, l'infrastructure douce est pensée comme un vaste réseau de voiries urbaines privilégiant les modes actifs et permettant un accès facile et agréable aux principaux attracteurs urbains d'une agglomération

La mise en réseau des espaces à vivre existants pour la plupart :

- espaces publics (parcs, places, squares, jardins publics),
- équipements publics (bâtiments administratifs),
- lieux de culture, de culte, de sport, de spectacle et de loisirs,
- écoles, collèges, lycées, établissements d'enseignement supérieur...)
- marchés, commerces, polarités économiques et pôles d'échanges multimodaux, etc.
- trames vertes et bleues, espaces minéraux et végétaux
- ...

Une politique d'aménagement qui s'appuie et valorise les politiques précédentes

- Politique d'amélioration du cadre de vie (espace public, piétonisation, patrimoine...)
- Politique de déplacement (TC mode doux...)
- Politique des équipements publics (culturelle, sportive, éducation...)
- Politiques environnementales (Parcs paysagers, Natura 2000, Trame verte et bleue)
- Politiques d'aménagement de quartier et d'échelles communautaires



Eléments de méthode :

Un travail préalable de diagnostic et d'analyse du fonctionnement urbain

1-Repérage des principaux « attracteurs urbains » (équipements et espaces publics, commerces) mais aussi des éléments, éventuellement privés, remarquables (par exemple arbres et jardins privés, façades ou pignons végétalisables);

2-Analyse du fonctionnement de la voirie urbaine à l'échelle de l'agglomération avec un repérage des voiries primaires (pénétrantes) et secondaires (dessertes inter quartiers) mais aussi des lignes de transport collectif ;

3-Repérage des prémisses de cette infrastructure douce, rues piétonnes, promenades, rives de fleuves aménagées en particulier.

Un travail de dessin à l'échelle des quartiers et de l'agglomération d'une véritable infrastructure douce reliant l'ensemble des points d'intérêt repérés et valorisant les premiers segments déjà réalisés.

Les rues aménagées donneront alors la priorité aux modes actifs selon les principes de la zone de rencontre en attachant une attention particulière à une présence végétale forte dans l'aménagement de la rue et le traitement des pieds d'immeubles et le cas échéant des façades.

UNE INFRASTRUCTURE DOUCE

- **C'est une infrastructure**

- Elle est indispensable au fonctionnement des villes

- C'est un équipement qui se planifie, se finance ... se réalise et se maintient ... même en temps de crise

- **Quel sens donner à la douceur pour une infrastructure**

- Confort d'usage, sol facile

- Sécurité, éclairage

- Bruit, bioclimatique, réverbération,

- mode doux, mais aussi, beauté, sensibilité, et convivialité...

Le réseau qu'elle propose, facile d'accès pour tous, constitue un vaste équipement public réticulaire à l'échelle des quartiers et de l'agglomération permettant à chacun de pratiquer la ville à son rythme, selon ses envies et dans un cadre agréable et apaisé.

Une infrastructure douce constitue un environnement propice :

- Aux politiques de lutte contre l'isolement
- Aux politiques de la ville en marchant
- A l'équité territoriale
- Aux politiques de santé publique
- A la mise en place d'une véritable infrastructure verte
- A la réduction des îlots de chaleurs, à la résilience urbaine
- A la lutte contre l'artificialisation des sols
- ...

Une réponse systémique dans le sens du décloisonnement souhaité dans la réforme de la politique de la ville et qui vise à faire émerger des solutions qui répondent à plusieurs enjeux thématiques.

Dans le sens également du 2e objectif de la démarche Ecocité qui souligne la nécessité de « repenser les aménités urbaines » grâce à l'amélioration de l'environnement urbain, du renouvellement des images de la ville, à la redécouverte de la ville des proximités.

Aujourd'hui on ne construit plus forcément pour la durée, sur la base du patrimoine médiéval mais on démolit pour reconstruire (abandon puis recréation des tramways...). A Lyon la plus grande salle de spectacle accueille 3 000 personnes mais 30 000 personnes se baladent chaque WE sur les quais du Rhône réaménagés. La gestion dynamique des voiries permet d'en modifier l'utilisation selon l'heure, le jour, la saison...

CONCLUSION

En conclusion, une infrastructure douce,

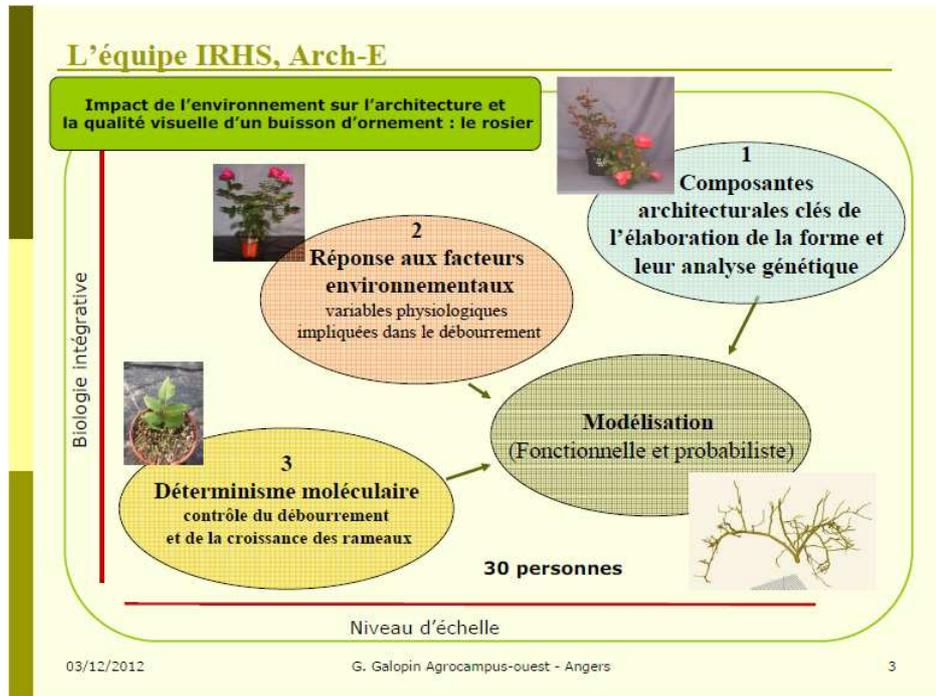
- C'est la trame socio-écologique de la ville
- C'est la prise de conscience qu'il faut ajouter à toutes les infrastructures dédiées à l'activité une infrastructure du cadre de vie
- Celle qui rend accessible au plus grand nombre, à pieds et à vélo, les grands équipements communaux, les lieux publics, les lieux de culture, de sport, de convivialité, de récréation, de nature...les lieux gratuits de la ville,
- Celle qui participe à l'identité de la ville et au sentiment d'appartenance à une communauté

- Une politique d'aménagement à l'inverse de la répartition sectorielle (plans verts) ou des logiques d'aménagement en silos ou résultant de projets ponctuels
- Une politique d'aménagement qui part de la façon dont on veut mieux vivre ensemble

› **Analyse de l'apparence visuelle du buisson d'ornement** d'après la présentation de **Gilles Galopin (AgrocampusOuest et IRHS)** le 10 avril 2013

L'UMR IRHS (Institut de Recherche en Horticulture et Semences) est constitué de 220 personnes réparties entre 12 équipes de recherche qui travaillent selon 4 axes :

1. Architecture et qualité des produits
2. Connaissance et exploitation de la diversité génétique
3. Interactions plantes pathogènes
4. Semences et stress



L'équipe Arch-E (pour architecture et environnement) travaille sur l'impact de l'environnement sur l'architecture et la qualité visuelle d'un buisson d'ornement : le rosier. Le choix du rosier comme modèle a été fait pour Angers il y a 6 ans, sachant que l'anémone et la renoncule font l'objet de travaux en expérimentation mais pas de recherches fondamentales

Les travaux d'analyse de l'apparence visuelle du buisson d'ornement sont constitutifs de la recherche scientifique sur l'étude de l'élaboration de l'architecture du buisson d'ornement (analyse génétique, variables physiologiques et déterminisme moléculaire). Les résultats de ces travaux pourront être utilisés pour l'innovation en horticulture ornementale qui doit être perçue et acceptée par les acheteurs et rentable pour la filière. Deux éléments à prendre en compte :

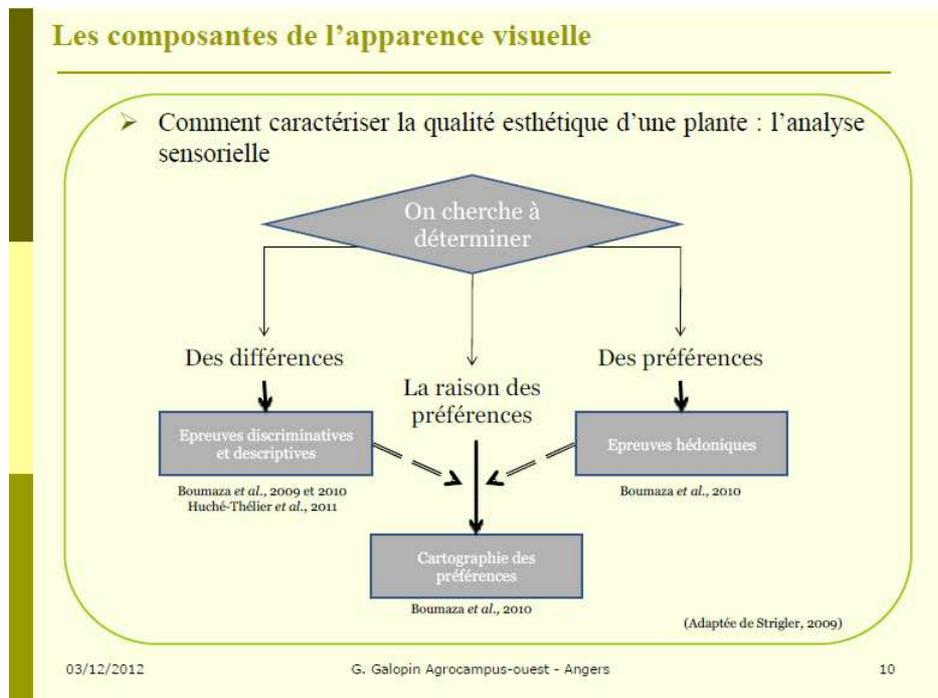
- L'horticulture ornementale est considérée comme peu innovante.
- La production d'esthétisme, de visuel ne répond pas aux mêmes critères d'évaluation que la production de fruits.

Il s'agit de mettre au point une démarche prédictive d'innovation où l'évaluation d'une innovation se situerait juste après la conception mais avant la réalisation et le lancement. Ce qui sous entend une démarche collective, l'analyse des tendances et des secteurs influents.

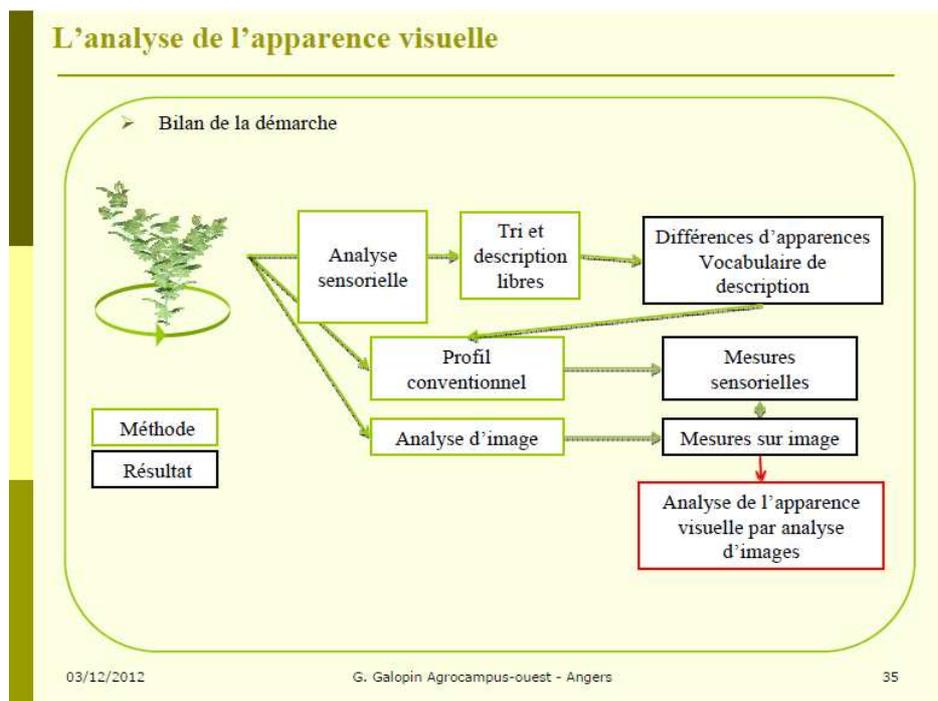
Les composantes de l'apparence visuelle sont les formes, les dimensions, les textures, les couleurs,... Pour un buisson il faut prendre en compte la forme et les dimensions (en 3D) mais aussi les paramètres concernant les organes (type, forme, dimension, état sanitaire, couleur,...) et les vides (nombre et organisation).

L'analyse sensorielle est beaucoup utilisée pour analyser les préférences gustatives. Les travaux sur l'apparence visuelle s'inspirent des travaux sur le goût, avec les mêmes difficultés pour normaliser le vocabulaire utilisé pour décrire l'apparence, expliciter les différences et pour exprimer les préférences. 2 questions se posent :

- Dans un lot de plantes d'un même génotype, cultivées dans les mêmes conditions agronomiques,
- L'œil humain peut-il identifier des groupes de plantes d'apparences visuelles différentes ?
 - L'homme peut-il caractériser verbalement l'apparence visuelle de plantes appartenant à un même groupe et ce pour les différents groupes identifiés ?



40 vidéos de rosiers virtuels sont présentées à 2 échantillons de « consommateurs » qui doivent dans un premier temps les répartir dans des groupes de plantes d'aspect proche entre plantes d'un même groupe et différentes des plantes des autres groupes. En suite il leur est demandé de décrire un rosier représentatif de chaque groupe d'apparence visuelle homogène. Les descripteurs utilisés par les consommateurs sont analysés et réduits à un mot pour chaque dimension de description sensorielle ou architecturale. Ensuite, un panel de volontaire est formé à l'utilisation de ces descripteurs simplifié et invité à exprimer des préférences.



L'utilisation de panels humains pour l'analyse sensorielle est riche d'enseignements mais reste difficile à mettre en œuvre car elle demande du temps, de la disponibilité des panelistes, de l'espace pour pratiquer les tests et de l'argent notamment pour rémunérer les panelistes.

Une alternative consiste à automatiser la caractérisation de l'aspect visuel grâce à la numérisation des différentes dimensions, leur mise en correspondance avec les descripteurs et leur confrontation à la cartographie des préférences. Cette méthode instrumentale est rapide, reproductible et peu coûteuse une fois étalonnée.

Les travaux en cours vont aboutir à un système automatisé de mesure de l'apparence visuelle de la plante, ce qui permettra l'étude des corrélations entre apparence visuelle et architecture de la plante dont on connaît les déterminants physiologiques.

Avec des techniques de suivi du regard, ces travaux pourront être complétés par l'analyse des raisons des préférences.

Ainsi, il sera possible d'analyser la préférence des consommateurs, d'expliquer les ventes, de concevoir de nouveaux produits et de raisonner et optimiser les interventions culturales.

Production, réglementation, R&D

› **Création variétale et amont de la filière** d'après la présentation de **François Deville (Graines Voltz)** le 24 octobre 2012

LES CRÉATIONS VARIÉTALES ISSUES DE GRAINES

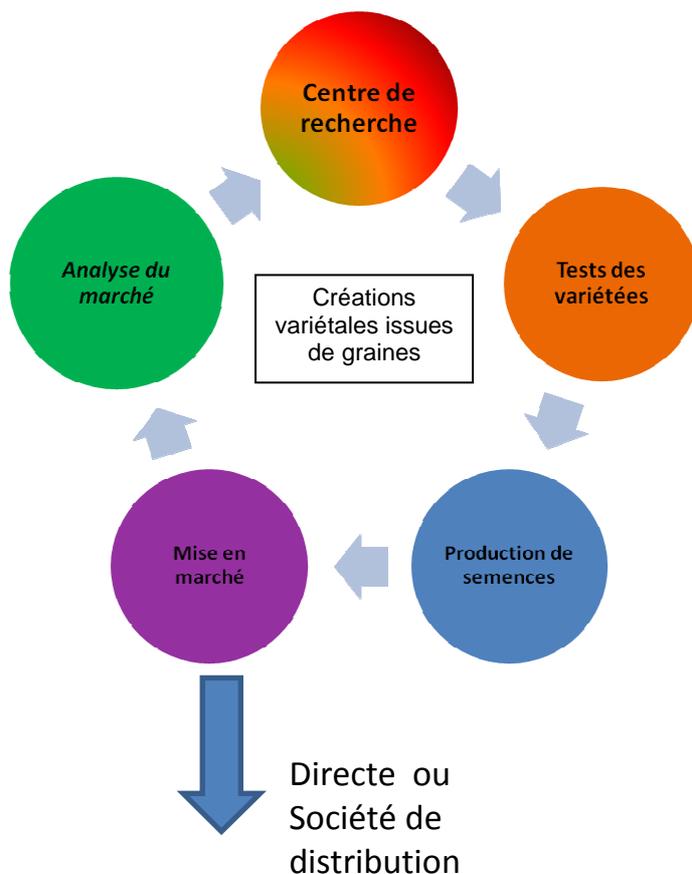
Les créations variétales commercialisées sont soit issues de graines soit issues de boutures. Pour celles qui sont issues de graines, il n'y a quasiment plus d'obteneurs français à part Morel en cyclamen, alors qu'historiquement la France comptait de nombreux horticulteurs obtenteurs. Vilmorin, Clause, Caillard, ... ne font plus de recherche variétale dans le domaine du végétal d'ornement.

Les principaux acteurs mondiaux sont :

- en Grande Bretagne : Floranova
- en Allemagne : Benary
- en Hollande : Syngenta GSI , Hem Genetics , Schooneveld
- en France : Morel / cyclamens
- En Amérique du Nord : PAS
- Sur le continent asiatique, Japon : Sakata , Takii

Les entreprises de cette liste fournissent 98% du marché mondial. Le marché est très mondialisé avec néanmoins des marchés régionaux spécifiques (par exemple : marché de plantes indigènes destinées au réensemencement des pistes de ski).

Les entreprises ont des centres de recherche au plus près des lieux de commercialisation (Fréjus pour la France) et des stations d'expérimentation sur l'ensemble des marchés , intégrées ou par l'intermédiaire de distributeurs / partenaires .



La production de semences est localisée dans les pays dont la climatologie est favorable, les couts de main d'œuvre bas et la situation politique stable :

- Amérique centrale : Costa Rica, Guatemala
- Chili pour les bisannuelles

- Chine (malgré des problèmes de sécurité pour la conservation des progrès génétiques)
- Europe

Pour stabiliser une variété il faut compter environ 10 ans.

Le marché de la graine laisse la place à un marché de jeunes plants produits industriellement. Dans les Centres de technologie de semences, les graines sont préparées à la commercialisation : enrobage, pré-germination, ébarbages ...

Au-delà des innovations sur la future plante, le critère de sélection des graines le plus important est la fiabilité de la germination.



Producteurs « finissent » les jeunes plants ,
modèle économique le + courant

LES CRÉATIONS VARIÉTALES ISSUES DE BOUTURES

Pour celles qui sont issues de bouture, il existe encore des obtenteurs passionnés privés.

Un parc de pieds mère doit être continuellement en production, c'est un investissement très lourd. Toujours pour les mêmes raisons (climat, coût de M.O., stabilité politique) cette production se situe dans quelques pays (Kenya, Ethiopie, Costa-Rica,...)

Principaux acteurs :

- Européens :
 - GB : BallColegrave
 - Allemagne : Selecta – Dumen – Volmary – Kientzler
 - Hollande : Syngenta GSI , Florensis , Fides Agrobio - France : Morel / cyclamens
- Amérique du Nord : BallFloraplant – Dumen – Sélecta
- Continent asiatique , Japon : Sakata , Suntory , Takii

Encore beaucoup d'obteneurs privés , spécialisés sur une ou deux espèces ex / Kerley et Yates en GB , Thierry Delabroye en France (Hellebore) , ils font appel à des diffuseurs, rémunération /royalties .

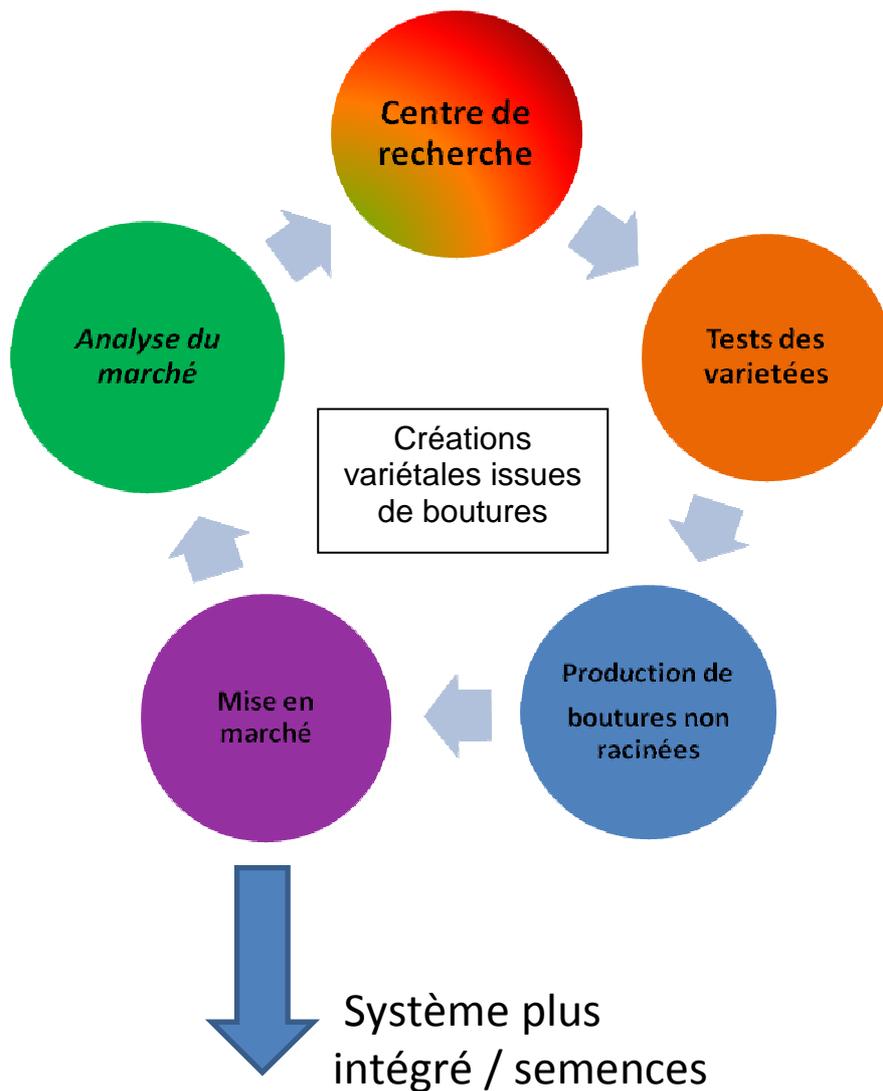
Généralement, les boutures commercialisées ne sont pas racinées.

La demande évolue vers des produits demandant moins d'intrant et résistants aux maladies.

A l'exception du marché britannique qui est un marché de connaisseurs qui font leurs plants, la demande particulière s'oriente vers des produits de plus en plus « finis » (jardinières prêtes à poser, ...).

LES CERTIFICATS D'OBTENTION VÉGÉTALE (COV)

Seuls 2% des Certificats d'obtention végétale (COV) pour des variétés ornementales sont français. Les entreprises françaises sont donc dépendantes d'alliances avec des obtenteurs étrangers. Dans les autres pays, la recherche universitaire (Universités nord-américaines de Californie, Floride et Georgie, Royal Botanic Garden en Grande Bretagne,...) est active.



LA SEGMENTATION

On peut distinguer 2 gammes : une standard pour la production industrielle et une de spécialités destinée aux horticulteurs et aux collectivités.

La sélection est principalement traditionnelle. Néanmoins des innovations via le génie génétique sont disponibles dans les laboratoires et les serres et n'attendent qu'un retournement de l'opinion et des législations en la matière.

Les enjeux spécifiques :

- cycles longs, parfois plus de 10 années pour introduire une nouvelle série, comment anticiper le type de plante qui sera demandé dans 10 ans ?
- les nouvelles variétés doivent avoir un très fort % de germination (élimination de variétés intéressantes qui n'ont pas cette qualité).
- standardisation des productions / secteurs
- des choix variétaux sont-ils faits seulement pour la production et la commercialisation (aspect en point de vente, tenue,...), qu'en est-il de la qualité du produit chez le consommateur ?
- et surtout les tendances du marché impactent fortement le devenir de certaines espèces (ex Prim Obco, Gloxinia ...), choix des couleurs, phénomène de mode.
- consommateur moins connaisseur donc recherche de vente d'impulsion avec des produits séduisants voire racoleurs mais si on veut pérenniser nos métiers il faut que le nouveau consommateur soit satisfait. Comment concilier les deux ?

AVANT PROPOS

Alors que l'environnement, le développement durable, la nature...sont des sujets dont la société française s'empare fortement, la situation de la production horticole française est critique.

Les sommes dépensées par les particuliers en 2012 pour leurs achats de végétaux d'ornement sont en retrait de -6,3% (végétaux d'intérieur : - 6,5 % ; végétaux d'extérieur : - 6,1%).

La production française stagne et le déficit du commerce extérieur se creuse et approche le milliard d'euros. Le solde commercial est négatif pour les cinq groupes de produits caractéristiques de l'activité horticole : bulbes, végétaux d'extérieur, plantes d'intérieur, fleurs coupées et feuillages.

Tous les ans, 3 à 4 % des entreprises disparaissent.

Les statistiques (AGRESTE Primeur décembre 2012) présentent le résultat courant avant impôts par Utans (*) en 2011 de l'horticulture comme l'un des plus faibles du monde agricole.

(*)*L'unité de travail annuel non salarié (UTANS) est le travail agricole effectué au cours d'une année par le chef d'exploitation ou le co exploitant (associé) non salarié, travaillant à plein temps. Une UTANS = 1600 heures.*

L'HORTICULTURE UNE PRODUCTION AGRICOLE ATYPIQUE

Horticulture et pépinière sont de moins en moins distinguées, même si sensu stricto, l'horticulture produit des plantes en pot et la pépinière des plantes en pleine terre.

DES MÉTIERS VARIÉS

L'horticulture ornementale regroupe quatre branches d'activités spécialisées : fleurs et feuillages coupés, plantes en pot et à massif, pépinières, bulbes.

DES PRODUITS PARTICULIERS

L'essentiel de ces produits agricoles ne subit aucune transformation et est commercialisé en l'état comme produit fini.

Une part non négligeable de l'activité permet également de fournir d'autres exploitations agricoles (arboriculteurs, viticulteurs, forestiers, maraîchers, etc.)

Les structures de production se concentrent. 4 980 entreprises de production en 2012. Le rythme moyen annuel de disparition d'entreprises est de l'ordre de -3% par an sur les dernières années: 6 600 en 2006, 5 050 en 2010 soit -25% sur la période!

A l'inverse, le C.A. horticole moyen des exploitations horticoles et des pépinières progresse de l'ordre de + 2,5% par an:

- 293 K€ en 2006
- 348 K€ en 2012

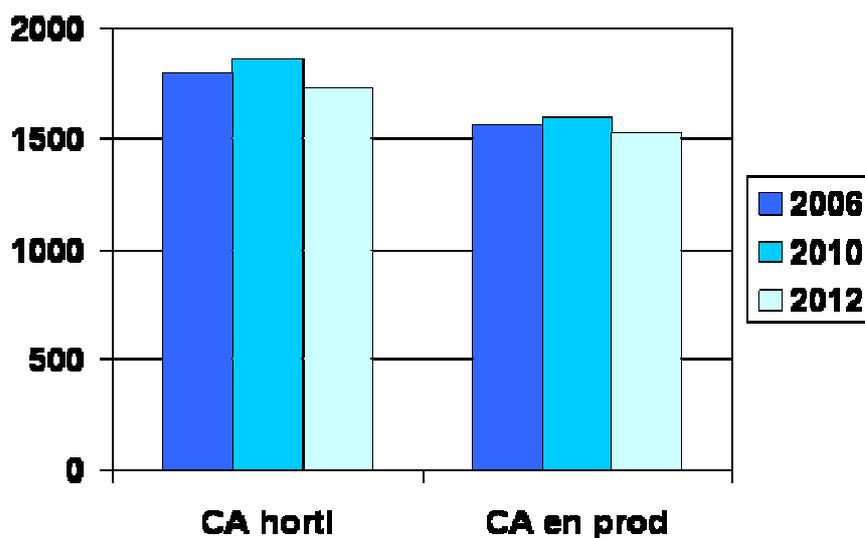
soit +18% sur la période.

L'horticulture dans l'agriculture française :

- 1,6 % du nombre total d'exploitations agricoles
- 3,6 % de la valeur des livraisons de l'agriculture
- 5,7 % de la valeur des livraisons des produits végétaux

	2006	2010	2012
C.A. horti	1797	1859	1731
C.A. en production	1567	1595	1524

Source Observatoire structurel horticole AND 2012



Source Observatoire structurel horticole AND 2012

La différence entre le C.A. horticole et le C.A. en production résulte des activités de négoce (BtoB) des entreprises. Le C.A. horticole chute en 2012 (- 7%) du fait de la crise qui pèse sur les achats de végétaux et la disparition d'entreprises importantes depuis 2006

Le C.A. en production baisse moins que le C.A. horticole (-1,5%): le taux de négoce baisse à 12% des ventes de végétaux.

DES ENTREPRISES PLUS PRODUCTIVES

Les cessations d'activité d'entreprises représentent une perte de l'ordre de 5 500 ETP, entre 2006 et 2012.

L'effectif moyen reste stable à 5 ETP/ entreprise (l'un des plus importants du monde agricole)

Nombre d'emplois en ETP: 24 377 (contre 29 912 en 2006 soit -18,5%) dont 63% de CDI (unique en production agricole)

CA horticole/ETP= 71K€ (60K€ en 2006) soit +19%

Réduction globale des surfaces en production de - 15% par rapport à 2006 (autour de 19 000 ha). Soit - 3200 ha (dont 2800 ha de pleine terre et 700 ha d'aires hors sol de conteneurs) tenant compte des disparitions d'entreprises. Présentes sur l'ensemble du territoire, les entreprises de production sont de véritables acteurs du tissu économique local. La coopération ne regroupe que 10 à 15% de la production horticole.

L'aval de la filière connaît des modes de commercialisation très diversifiés (vente directe, fleuristes, grossistes, grande distribution spécialisée ou généraliste, paysagistes, collectivités, etc.)

POIDS DES DIFFERENTS GROUPES TYPOLOGIQUES

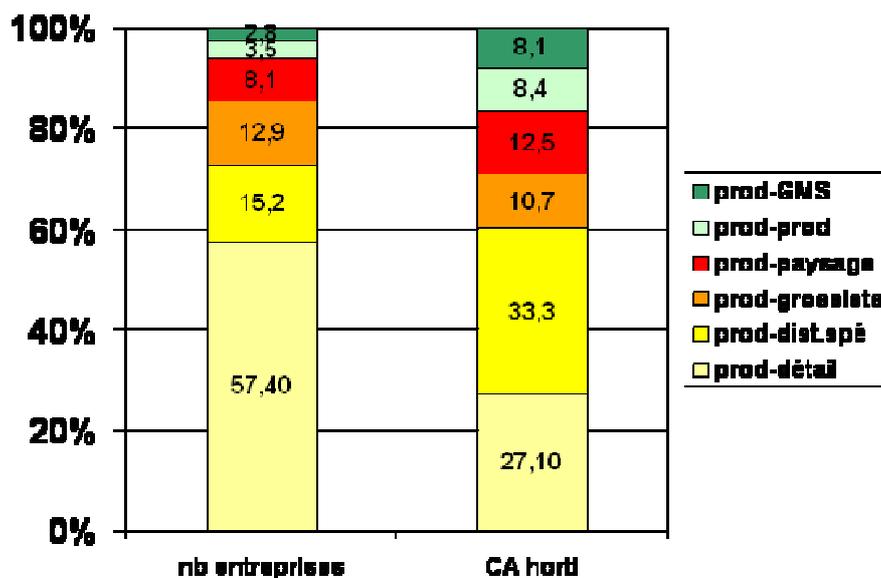
Six groupes typologiques correspondant à des positionnements et marchés distincts ont ainsi été identifiés :

- Le groupe des **producteurs-détaillants** (Prod-Détaillant), vendant la majeure partie de leur production (60 % au moins) directement aux particuliers, le plus souvent sur l'exploitation ou sur les marchés forains.
- Le groupe des **producteurs vendant à d'autres producteurs** (Prod-Producteurs), multiplicateurs de jeunes plants vendant à des producteurs de plantes finies, pépiniéristes fruitiers vendant aux arboriculteurs.
- Le groupe des **producteurs sur le marché du paysage et des collectivités** (Prod-Paysage). Ce groupe est composé des pépiniéristes vendant aux entreprises de paysage et aux collectivités, mais également des producteurs de plants forestiers (y compris peupliers) sur le marché du reboisement.
- Le groupe des **producteurs vendant à la distribution spécialisée** (Prod -Dist-spéc.), vendant la majeure partie de leur production aux fleuristes, aux grossistes, aux jardinerie et LISA

- Le groupe des **producteurs vendant à la distribution non spécialisée** (Prod-GMS), vendant la majeure partie de leur production aux grandes surfaces alimentaires et aux grandes surfaces de bricolage.
- Le groupe **des producteurs vendant aux grossistes spécialisés** (Prod-Grossistes), vendant la majeure partie de leur production auprès des grossistes en fleurs et plantes.

Chaque entreprise est affectée dans un groupe en fonction des segments de marchés sur lesquels elle est majoritairement présente (en règle générale, plus de 60% du C.A. horticole).

Les tableaux et le graphique, ci-après, présentent la répartition des entreprises de production françaises dans ces différents groupes en 2012, ainsi que les évolutions constatées par rapport aux enquêtes précédentes.



Source Observatoire structurel horticole AND 2012

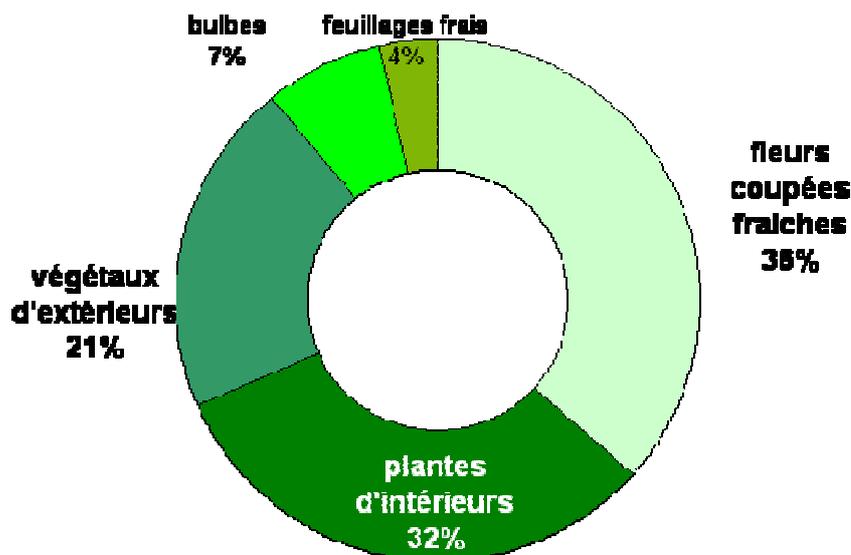
Les producteurs-détaillants regroupent plus de 57% des entreprises, mais ne représentent qu'un peu plus du quart de la valeur des ventes totales de végétaux des producteurs du bassin. Ce contraste souligne la forte proportion de très petites entreprises vivant du marché local dans ce groupe.

En valeur,

- Repli des segments traditionnels: grossistes, fleuristes et GMS, affectés par le repli de nombre d'entreprises sur des circuits plus directs permettant de récupérer la marge des intermédiaires et par le recul de la production de fleurs coupées, en particulier en PACA.
- Recul également des entreprises en BtoB, en lien avec la disparition d'entreprises importantes spécialisées en jeunes plants ;
- Progression des ventes au détail et des ventes aux jardinerias ainsi que sur les marchés du paysage et des collectivités ;

Mais le végétal occupe de moins en moins de place dans les surfaces et les chiffres d'affaires des jardinerias ;

Ce secteur se caractérise malheureusement par une internationalisation accrue des échanges. Sa balance commerciale connaît un déficit structurel dépassant les 840 millions d'euros en 2012. Les produits français couvrent à peine 50 % de la demande nationale. Le poste des fleurs coupées représente à lui seul 35 % des importations.



Source Bilan 2012 FranceAgriMer

Les expéditions hors achats des marchés régionaux et locaux, sont en baisse et 70% des ventes sont réalisées dans un rayon de 200 km
Les exportations sont faibles (5,5% du C.A. horticole) et en repli (de l'ordre de -5%).

EN CONCLUSION

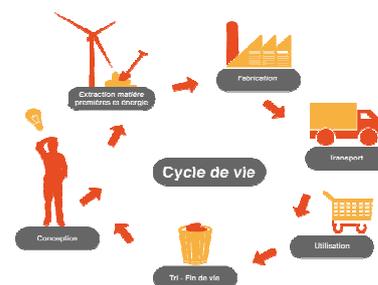
Cette forte concurrence se traduit par une situation préoccupante des entreprises du secteur. En effet, près de la moitié d'entre elles sont dans une situation économique difficile ou préoccupante. L'affaiblissement du marché qu'engendrerait une nouvelle hausse de la TVA risque d'aggraver leur état. L'analyse de CER France sur la situation économique des exploitations horticole conclut à 50% d'exploitations en situation « saine » mais 23% « sensible » et 27% « fragile ». L'analyse des cycles de vie des exploitations entre 2009 et 2011 révèle que près de la moitié (47%) sont en développement, 39% en situation dite de croisière et 15% en déclin.

› **Le projet Agri-Balyse et l'affichage environnemental** d'après la présentation de **Romain Manceau d'Astredhor** le 19 septembre 2012

LES ANALYSES DE CYCLE DE VIE (ACV)

L'ACV est une méthode d'évaluation environnementale caractérisée :

- par une approche cycle de vie (évaluation du « berceau à la tombe »),
- par une approche multicritère (plusieurs impacts sont évalués : changement climatique (équivalent Carbone), eutrophisation (dégradation du milieu notamment par des fertilisants), acidification des milieux, oxydation photochimique (smog), destruction de la couche d'ozone, écotoxicité (faune, flore), toxicité (santé humaine)...



Dans le cadre d'Agri-BALYSE, cette méthode est appliquée à différents produits agricoles animaux et végétaux.

Plusieurs étapes sont nécessaires pour réaliser une ACV :

- réaliser l'inventaire de cycle de vie (ICV), c.-à-d. lister les intrants et les flux d'un système de production (les données nécessaires peuvent avoir plusieurs origines : dires d'experts, enquêtes, base de données préexistantes, hypothèses...),
- utilisation de « modèles d'émissions directes » qui permettent d'allouer des quantités d'intrants et de flux vers les compartiments environnementaux : air, eau, sol, faune... Par exemple, l'apport

d'engrais émet du N₂O, un gaz à effet de serre : l'utilisation d'un modèle permet de dire que x % se retrouve dans l'air, y % dans l'eau, etc. Pour un même impact, plusieurs modèles existent et sont paramétrés à partir de nombreuses variables (quantité d'engrais apportés, teneur en azote, caractéristiques édaphiques...),

- calcul à proprement parler de l'ACV.

L'ACV connaît aussi un certain nombre de limites, parmi celles-ci :

- certains indicateurs sont encore en cours de développement méthodologique comme l'indicateur Eau ou l'indicateur de Biodiversité,
- l'ACV ne fait que mesurer des impacts potentiels (car il n'y a pas de prise en compte de la localisation géographique).

LE PROJET AGRI-BALYSE

Si l'ACV est une méthode environnementale, il en existe aussi d'autres :

Le projet Agri-Balyse (réalisation d'ACV de produits agricoles)

Partenaires du projet :

- ADEME
- INRA de Rennes et ART (Agroscope Reckenholz-Tanikon)
- ACTA (ITA filières animale et végétale), CIRAD

Durée :

- 2010 à 2013

Objectifs :

- Renseigner l'affichage environnemental (cf. Grenelle)
- Contribuer aux réflexions des filières sur l'impact des productions

Produits Agri-Balyse ->

dont produits Astredhor :

- 22. Pomme à Cidre (avec l'IFPC)
- 23. Rose (fleur coupée) (appui de Philaflor)
- 24. Arbuste (appui du BHR)

Volailles	Cochons	Herbivores	Poissons, lapins
1. Œufs ✓ 2. Poulet ✓ 3. Dinde ✓ 4. Foie gras 5. Canard	6. Porc ✓	7. Lait de vache ✓ 8. Lait de chèvre 9. Lait de brebis 10. Bœuf ✓ 11. Veau ✓ 12. Agneau	13. Truite ✓ 14. Perche 15. Brème 16. Lapin
Oléagineux, Betterave	Productions annuelles	Fruits et légumes	Produits spéciaux
1. Pois ✓ 2. Féverole ✓ 3. Colza ✓ 4. Tournesol ✓ 5. Bet. à sucre	6. Blé tendre ✓ 7. Blé dur 8. Orge 9. Pdt ✓ 10. Pdt féculé 11. Maïs doux ✓ 12. Riz ✓	13. Pomme 14. Pêche 15. Tomate 16. Carotte	17. Raisin de cuve ✓ 18. Vin rouge 19. Vin blanc 20. Vin rosé 21. Vin effervescent 22. Pomme à cidre 23. Rose 24. Arbuste
Produits additionnels : fourrages et cultures fourragères ✓ : avec variantes (déclinaisons régionales, modes de productions, labels...)			

LE GRENELLE DE L'ENVIRONNEMENT ET L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Objectifs : l'affichage environnemental :

- Pour tous les produits / biens de consommation
- Sur l'entité « produit/emballage »
- Avec au moins 3 critères d'impacts dont le Carbone

Méthodologie générale :

- Un groupe méthodologie générale (ADEME-AFNOR)
- Des sous-groupes sectoriels (par type de produits) dont :
 - le GT1 sur les produits alimentaires
 - le GT3 sur les produits du Jardin incluant les végétaux d'ornement

L'objectif de ces groupes est de rédiger les règles générales quant au calcul des indicateurs d'impacts.

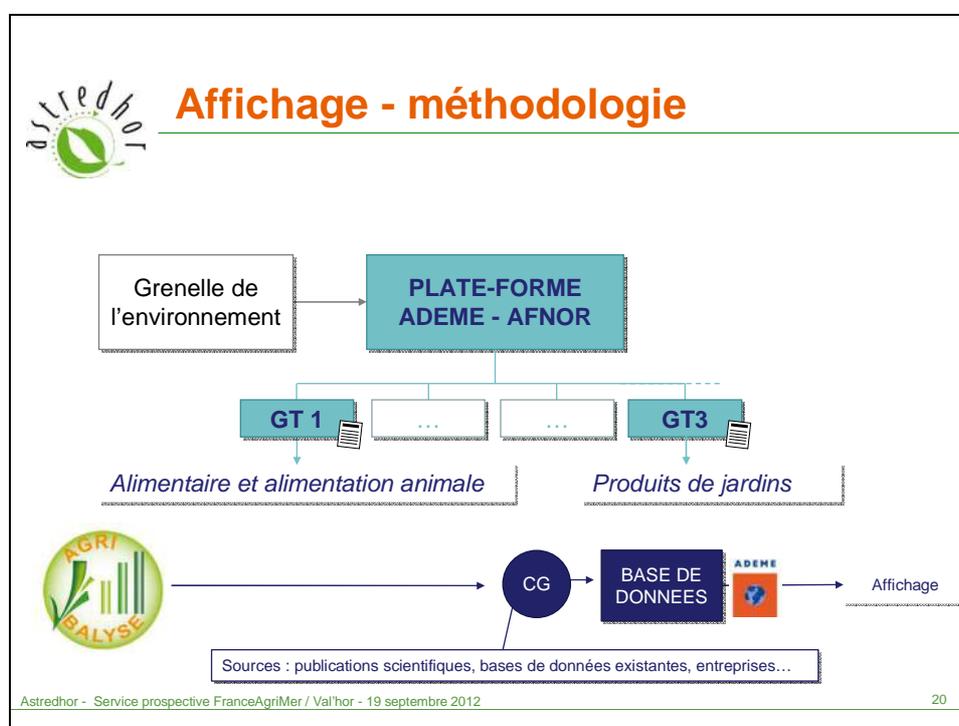
Cas des végétaux d'ornement :

- Au sein même du GT3, des sous-groupes sont créés : pour les végétaux, pour les fertilisants, pour les produits phytosanitaires...

Échelle	Exemples de méthodes / outils	Utilisations potentielles	Utilisateurs potentiels
Parcelle Ateliers d'élevage	INDIGO DAEG DEXEL	Améliorations des itinéraires techniques et culturaux	Conseillers, agriculteurs, centres techniques...
Exploitation agricole	IDEA / DIAGE PLANETE Bilan Carbone® ACV exploitation	Aide à la décision des systèmes de production agricoles	Conseillers, agriculteurs, centres techniques...
Filière ou produit	Bilan Carbone® ACV filière ACV produit ACV service	Comparer des modes production et de consommation (ACV), Identifier les transferts de pollution, Management environnemental filière	Organismes, filières, pouvoirs publics, distributeurs, consommateurs...
Territoire	Observatoires Ecologie industrielle	Suivi de la qualité des milieux et des émissions (impacts), Plan climats, boucler les flux de matière et d'énergie d'un territoire	Etat, collectivités, Chambres d'Agriculture...

Source : Bockstaller et al. INRA Colmar

LA THÉMATIQUE DE L'ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE



La thématique de l'évaluation environnementale est grandissante (en termes de projets développés) au sein des instituts techniques (ITA). Elle permet notamment de cibler les thématiques importantes à développer en termes d'expérimentation. Par exemple, le remplacement des pots plastiques par des pots dégradable a-t-il un réel impact environnemental, au-delà de « l'idée qu'on s'en fait ».

RÉFLEXIONS SUR LES ENJEUX D'AVENIR

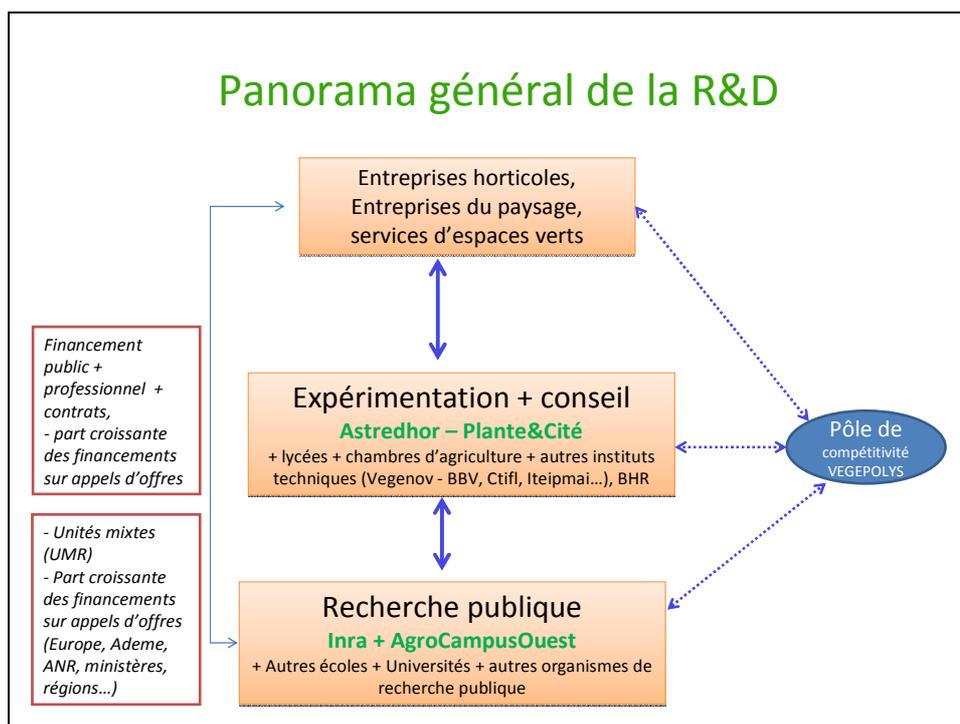
Romain Manceau termine sa présentation par une série de questions – réflexions sur les enjeux d'avenir de la thématique environnementale, principalement sur l'affichage :

- Affichage de valeur moyenne France (exemple Indicateur tomate France)
- différenciation des produits pour le consommateur ?
- compréhension des indicateurs ?
- Amélioration des systèmes de production agricole ?
- Fonctionnalité et comparaison des produits
- Choix du consommateur versus politique agricole française

- Méthode ACV discriminante entre petites et grandes entreprises
- ACV = incertitudes cumulées : indicateur ou outil marketing ?
- Pas de comptage du stockage de C (pénalise certains produits)
- Lien éventuel avec une taxe Carbone... ?
- Lien et cohérence avec la certification environnementale (HVE)
- Affichage des biens de consommations -> services ?
- Cohérence avec les démarches internationales

› **Panorama de la R&D pour le secteur horticole** d'après la présentation de **Caroline Widehem (AgroCampusOuest)** et **Martine Georget (INRA)** le 10 avril 2013.

PANORAMA GÉNÉRAL



CONTEXTE ET ENJEUX

Une tension entre :

- La nécessité de positionnement international des organismes de recherche, être compétitif et lisible, mode d'évaluation des chercheurs sur publications scientifiques → éviter la dispersion, recherche disciplinaire plutôt que « filière »

Et

- L'affirmation du caractère finalisé des recherches Inra → incitation à plus de transdisciplinarité, de liens avec les filières, les territoires.

Une baisse des financements propres :

- Développement des contrats et financements en réponse à des appels d'offres (durée de 3 à 5 ans).

L'enseignement supérieur agronomique : grandes écoles essentiellement

- Peu de recherche universitaire, peu de thèses.

Très peu de recherches en sciences économiques et sociales

Une certaine difficulté à faire émerger des demandes d'intérêt collectif en horticulture ornementale

- Enorme diversité des cultures
- Caractère atypique de nos produits (non alimentaires, non transformables)
- Manque de cohésion et de vision collective au plan national, la filière reste insuffisamment organisée → mais rôle structurant de l'Astredhor et de Val'hor.

Enjeux de nos filières peu valorisés et perçus comme mineurs comparés à ceux des filières céréales, oléagineux et protéagineux...

Or il y a des enjeux majeurs à relever dans le cadre d'une concurrence internationale accrue pour renforcer la compétitivité et la capacité d'innovation des acteurs de la filière sur toute la chaîne de valeur.

Enjeux sociétaux

- Enjeux de qualité du cadre de vie et du bien-être dans un contexte d'urbanisation croissante
- Enjeux liés à la santé humaine : plantes toxiques, allergisantes ; plantes dépolluantes ; extraction de principes actifs

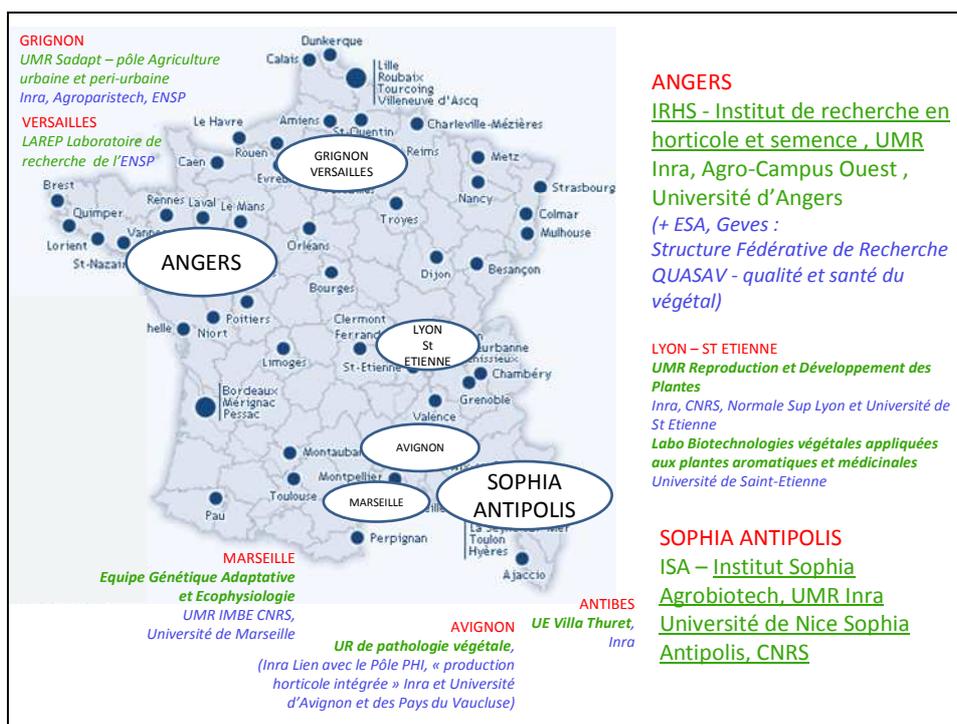
Enjeux économiques et commerciaux

- Différenciation des produits
- Segmentation des marchés
- Accroissement des standards et normes de qualité (MPS, Plante Bleue, Label rouge, cahiers des charges des distributeurs...).

Enjeux environnementaux

- Plan Ecophyto 2018 de réduction des produits phytosanitaires
- Nécessité de réduire l'utilisation des intrants dont l'énergie
- Protection de la biodiversité (espèces envahissantes).

PRINCIPAUX ACTEURS DE LA RECHERCHE : INRA AGROCAMPUS OUEST



Angers

- Architecture de la plante et génétique, modèle « rosier »
- Sciences sociales

Institut de recherche en horticulture et semence (IRHS) : UMR Inra - Agro-Campus – Univ. Angers

Deux équipes « horticulture ornementale », une cinquantaine de chercheurs, ingénieurs, enseignants-chercheurs et doctorants. 2 axes :

- Architecture et environnement
- Génétique et diversité des ornementales

Au total à l'IRHS, plus de 200 personnes, 3 pôles : « rosier et autres ornementales », « fruits et légumes », « semences ».

Unité Environnement physique de la plante horticole (EPHOR) : Unité Agro-Campus

9 enseignants-chercheurs, 2 axes :

- Comportement hydrodynamique des substrats horticoles et des sols urbains reconstitués
- Bioclimatologie de la plante en conditions climatiques contrôlées (serres)

Unité Paysage et écologie, unité mixte Agro-Campus - Esa

4 enseignants-chercheurs et doctorants, 2 axes :

- Rôle des espaces interstitiels pour le maintien de la biodiversité
- Intégration de la biodiversité dans les projets d'aménagement

Groupe de recherche angevin en économie et management (GRANEM), UMR Agro-Campus-Université d'Angers

4 chercheurs « ornement et le paysage »

Au total, au sein du GRANEM : 58 enseignants chercheurs et doctorants, 2 axes :

- Organisations, réseaux, territoires
- Comportement des acteurs, risques et marchés

Zoom IRHS, pôle « Rosiers et autres ornementales » (Partenariat professionnel : Rosiéristes de Doué la Fontaine, BHR, CDA Maine et Loire, entreprises, Végépolys, Astredhor, FNPHP, Roseraies)

- Biologie Intégrative de l'Architecture et Environnement (Arch-E)

L'architecture de la plante est déterminante pour la qualité visuelle et influence la sensibilité aux maladies.

Programme scientifique : analyse de l'impact des facteurs environnementaux (lumière,) sur le débourrement des bourgeons et la ramification.

Modèle : rosier buisson

Partenariat

- France : Inra (équipes d'Angers, de Montpellier, de Clermont-Ferrand, de Grignon...), ESA, ISTIA d'Angers.
- Hors France : Pays-Bas, Chine, Thaïlande, Algérie, Tunisie.

- Déterminisme Génétique et Diversité des plantes Ornementales (GDO)

La filière ornementale a pour objectif de fournir une large gamme de produits attractifs qui reposent sur la diversité existante.

Programme scientifique : comprendre, gérer et exploiter cette diversité génétique sur 2 thématiques principales : floraison/architecture et résistance maladie. Genre *Rosa* avec transfert vers d'autres plantes ornementales dans le cadre de projets collaboratifs (BRIO)

Partenariat

- France : Inra (équipes d'Angers, Lyon, Saint Etienne...), Agro-Campus, Université d'Angers, Cirad, IRD
- Hors France : Belgique, Chine, Japon, UE

Co-animation du consortium international pour le séquençage du génome de la rose

Sophia - Antipolis

Conception de systèmes de culture protégés durables

Institut Sophia-Agrobiotech (ISA) , UMR Inra, CNRS, Université Nice-Sophia Antipolis

Équipe principale : « TEPEA : Ecologie théorique et appliquée aux agrosystèmes semi-confinés »

Une quinzaine d'ingénieurs, chercheurs, enseignants-chercheurs

Plantes modèles : tomate, rosier

Projet scientifique

Nouvelles stratégies de protection des cultures : promotion de la prophylaxie et des méthodes alternatives Systèmes de culture protégées plus respectueux de l'environnement

Programmes de recherche

- Ecoserre : approche globale de l'écosystème serre – énergie, fertilisation et pesticides, eau... Col. Astredhor, CTIFL (programme achevé).
- Protection intégrée contre le thrips. Col. CREAT et CRA Alpes Maritimes (en cours)
- OAD, monitoring pour pilotage phytosanitaire. (en cours) Col. Astredhor, Scradh, Creat + entreprises + Inter-reg Fioribio – Italie (en cours)
- Production mixte, agricole et photovoltaïque. Col. CNRS, MinesParisTech + Partenariat entreprises+ instituts de recherche italien (en cours).
- Elaboration de méthodes de protection intégrée pour les cultures protégées, projet européen coordonné par l'Inra, PURE WP7 (en cours)

Environnement scientifique de l'équipe

L'Unité ISA travaille sur l'étude du fonctionnement des interactions entre plantes, bioagresseurs et symbiotes avec pour objectif finalisé la réduction des intrants. Elle regroupe 110 scientifiques. D'autres équipes sont concernées par l'ornement.

La villa Thuret – Cap d'Antibes

La nouvelle unité expérimentale Villa Thuret (janvier 2012) inscrit ses missions au sein du département Ecologie, Forêt, Prairies et Milieux Aquatiques (EFPA)

Thématiques :

- L'acclimatation en milieu méditerranéen de végétaux ligneux forestiers + l'arbre dans le paysage péri-urbain
- Les collections : source d'expertise (changement climatique) et ressources pour l'innovation végétale ; lien avec les réseaux de jardins botaniques et d'arboretum
- L'étude des invasions biologiques végétales

Avignon, Lyon, Marseille

Avignon ► UMR de pathologie végétale , Inra : Virologie

- Maladies virales surtout en maraîchage mais aussi en ornement : caractérisation et développement d'outils de diagnostic des virus, épidémiologie et veille.

Deux projets majeurs : phytoplasme de la lavande et du lavandin, techniques innovantes d'identification précoce et exhaustive de virus (séquençage à haut débit)

Lyon ► UMR Reproduction et développement des plantes, Inra, CNRS, ENS Lyon + Laboratoire de Biotechnologies végétales appliquées aux plantes aromatiques et médicinales, Université de Saint-Etienne

- Développement floral, parfum (modèle rosier) + Plantes aromatiques et médicinales.
- Identification de gènes impliqués dans le développement des pétales et la biosynthèse du parfum. Développement d'outils pour le séquençage du génome et les biotechnologies

Marseille ► Equipe Génétique Adaptative et Ecophysiologie

UMR Institut méditerranéen de biodiversité et d'écologie marine et continentale, CNRS, Université de Marseille

Contrôle de la méiose du rosier, intérêt pour la sélection

Grignon, Versailles

Grignon ► UMR Sadapt, sciences, activités, développement, activités, produits, territoires, Inra, AgroParisTech, école du paysage

Nature urbaine et périurbaine, filières courtes

Programme ANR JASSUR « jardins associatifs urbains et villes durables »

Trois dimensions : sociale, socio-politique, bio-physico-chimique des sols et des produits.

Versailles ► Laboratoire de recherche de l'École nationale du paysage Versailles Marseille

Le paysage étudié dans une approche interdisciplinaire, écologie, géographie, ethnologie, architecture et urbanisme, paysagisme.

Deux axes de travail :

Savoir et pratique du paysage

Action publique, territoire, paysage

En résumé :

Des forces incontestables

- Autour du rosier, génomique, écophysiologie, modélisation, analyse sensorielle, animation du groupe national rosier
- Autour de l'outil serre
- En virologie, outil de diagnostic

Thématique émergente

- Sciences sociales + agronomie : agriculture urbaine et péri-urbaine

A valoriser davantage

- Ce qui est fait autour des fruits et légumes (Inra de Rennes, Avignon, Angers...)
- Les recherches plus transversales, notamment dans le domaine des sciences du sol (Dijon), de la pathologie végétale (Bordeaux).
- La villa Thuret - nouvelle formule
- Ce qui est fait en Economie à Angers (Granem) autour de la compétitivité sectorielle et la dynamique des clusters



Créée en 1997, association Loi 1901, 113 personnes dont 57 % sont ingénieurs, docteurs, titulaires d'un master, techniciens

Un réseau de 11 stations d'expérimentation regroupées en 6 unités de bassin :

Seine-Manche

Grand-Est

Rhône-Alpes – Auvergne

Méditerranée

Sud-Ouest

Loire-Bretagne

1450 adhérents,

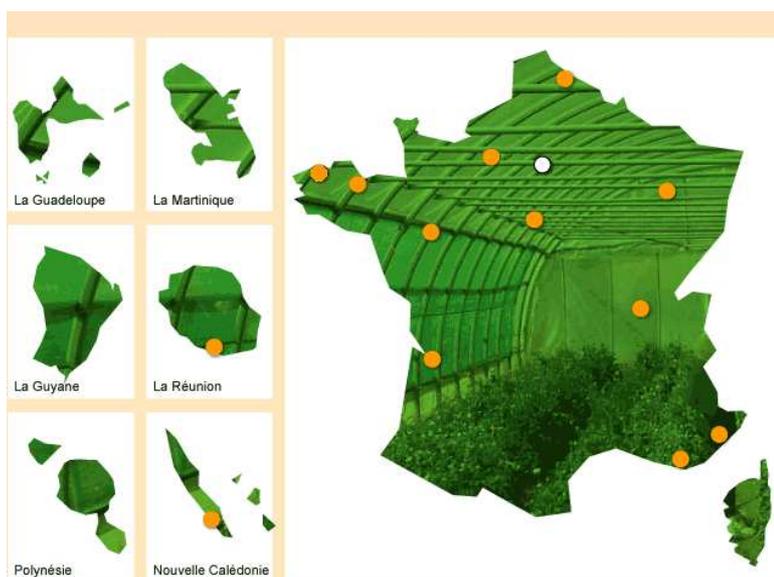
dont 1200 producteurs

Budget :

63 % fonds publics

12 % fonds professionnels

25 % autres (autofinancement, départements...)



Plante&Cité
Ingénierie de la nature **en ville**
Center for landscape and **urban** horticulture

Plante & Cité : plateforme nationale d'expérimentations et de conseils techniques à destination des services espaces verts, des collectivités territoriales et des entreprises du paysage.

Née du constat d'un besoin d'expérimentations et de mutualisation des techniques du développement durable de gestion des espaces verts (2006) Plante & Cité est une association à but non lucratif à l'initiative de représentants d'établissement de recherche et d'enseignement supérieur (dont l'INH et l'Inra) et de services des collectivités et d'entreprises.

Le projet Plante & Cité est labellisé par le pôle de compétitivité Végépolys. Il est aujourd'hui le seul centre technique national traitant des problématiques liées aux espaces verts et mettant en œuvre des expérimentations et des études appliquées.

Partenariat avec l'Astredhor, le BHR, Agrocampus-Ouest site d'Angers...

Membres fondateurs :

- Association des agents techniques territoriaux
- Etablissements de recherche et d'enseignement supérieur
- Centre National de la Fonction Publique Territoriale
- Parrainage de l'Association des Maires de France

500 adhérents répartis sur tout le territoire :

- Collectivités territoriales
- Entreprises du paysage
- Autres gestionnaires : réseaux routiers...

Composition équipe :

- 11 salariés permanents (10 ETP)
- Contractuels sur projets

Un plan d'action stratégique à 5 ans courant 2013

- Production et de diffusion de connaissances pour les professionnels du secteur.

Six thématiques

Agronomie, sols et conduites des végétaux

Méthodologie de reconstitution de sols urbains

Qualité des eaux pluviales dans les aménagements "zéro tuyaux" et impacts potentiels sur le végétal implanté

Protection Intégrée des végétaux et gestion de la flore spontanée

Programme COMPAMED ZNA : Comparaison des méthodes de désherbage utilisées en Zones non Agricoles

Programme ALTERPRO : Stratégies de piégeage pour la gestion de la processionnaire du pin en milieu urbain

Choix des végétaux et innovation végétale

Végébase®, outil d'aide aux choix de végétaux

Flore locale : signe de qualité nationale pour encadrer les filières de production d'espèces sauvages indigènes

Identification de gammes végétales adaptées à des conditions limitantes en eau pour la couverture de toitures

Economie et management

Animation et suivi d'Ecojardin®, label de gestion écologique des espaces verts

Indicateurs de gestion économique et environnementale des espaces verts

Ecologie et biodiversité des espaces à caractère naturel

Gestion préventive des plantes exotiques envahissantes

Référentiel Trames vertes urbaines

Végétal, urbanisme et paysage : approches intégrées

Programme VegDUD : Rôle du végétal dans le développement urbain durable

Bénévég : Bénéfices marchands et non marchands du végétal dans le paysage urbain

ZOOM LIGÉRIEN

Les pays de la Loire : des ingrédients déjà présents pour réussir une synergie entre acteurs

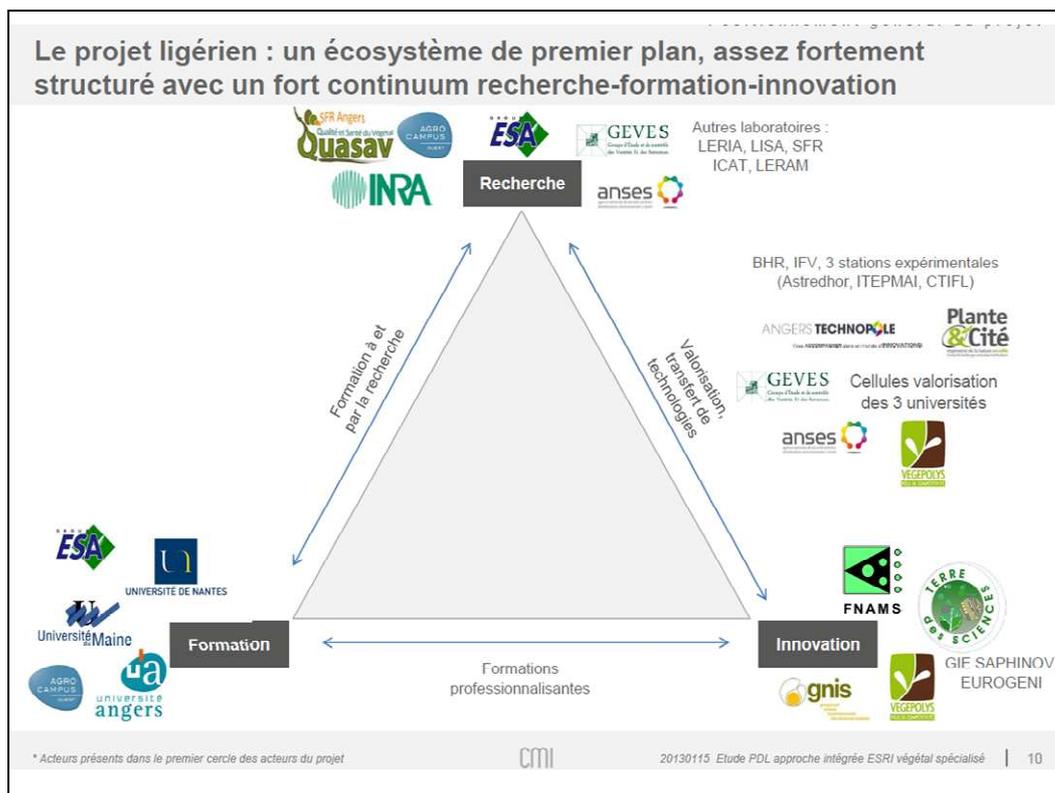
Des conditions pédoclimatiques très favorables aux productions horticoles

Une histoire du végétal longue et riche

- Le Roi René (15^{ème} siècle)
- Commerce triangulaire et expéditions (16^{ème}, 17^{ème}, 18^{ème})
- Colporteurs de l'Oisans (Turc, Balme, Agrapart...), André Leroy, émergence du bassin Douessin (19^{ème})
- Plein essor atteint au début du 20^{ème} siècle
- Des hommes novateurs et convaincus des vertus du partenariat enseignement-recherche-entreprises : Robert Minier, André Briant, Michel Velé...
- Un développement sans égal des structures d'enseignement et de recherche dès les années 80

Un soutien des élus et collectivités

- Une région et des élus locaux qui soutiennent l'horticulture
- La création du Pôle de Recherche et d'Innovation à Angers (PRIA) en 1982 : CCI d'Angers en association avec l'Université : rapprocher les entreprises, la recherche et les établissements de formation et développer des secteurs de recherche liés à l'industrie locale
- Angers technopole dès 1986 : soutenir et développer l'innovation sous toutes ses formes pour contribuer au développement économique de son territoire



Novembre 2004, le gouvernement lance l'appel d'offre pour structurer des pôles de compétitivité. La région pays de Loire est candidate en juillet 2005 avec VEGEPOLYS

- Une localisation privilégiée pour les organismes partenaires du secteur : OCVV, GEVES, ITEIPMAI...
- Un territoire fertile et mobilisé,
- Des professionnels « visionnaires »
- Un territoire toujours plus attractif : plus de 4000 entreprises, 30 000 emplois, 450 chercheurs, ingénieurs et techniciens ainsi que 2500 étudiants

L'objet de Végépolys :

- Créer et produire des végétaux respectueux de l'environnement, de la santé et de la biodiversité.
- Favoriser la mise en réseau de ses 350 adhérents et de leur compétitivité par l'innovation.
- Contribuer à l'émergence de projets collaboratifs, les accompagner et les labelliser pour leur permettre d'obtenir des soutiens financiers dans le cadre d'appels à projet de l'Etat ou des collectivités territoriales.
- Accompagner les entreprises et les laboratoires : services de veille & prospective, actions à l'international..), prestations de R&D (innovation variétale, phytodiagnostic, analyses phytochimiques...).

Végépolys bénéficie d'un pôle de recherche en ornement reconnu fédéré sur Angers, qui continue d'évoluer

2012 : Extension du champ d'action du pôle à la Région Centre

Objectif 2014 : Campus du Végétal

- Rassembler physiquement toutes les équipes de recherche déjà fédérées dans la SFR QUASAV + le centre d'innovation et de transfert de technologie de Végépolys + Plante&Cité
- Atteindre une masse critique visible, faciliter les liens entreprises/recherche en localisant les centres de transfert de technologie à proximité immédiate des laboratoires de recherche.

Angers Technopole, partenaire de Végépolys : une structure de rapprochement entre la recherche, la formation et les entreprises :

- Appuyer le développement des laboratoires de recherche et des établissements d'enseignement supérieur
- Détecter, évaluer et incuber les projets de création d'entreprise innovante
- Développer et accélérer les projets d'innovation dans les entreprises existantes

- Soutenir et animer les démarches collectives d'innovation, dans les filières, les clusters et pôles de compétitivité

Des centres de validation de haut niveau : **OCVV** (Office Communautaire des Variétés Végétales), **SNES** (Station Nationale d'Essai de Semences)

Une grande diversité et une complémentarité : établissements d'enseignement supérieur et de recherche, instituts techniques et centres d'expérimentations, laboratoires de recherche des entreprises

Exemples de projets labellisés par Végépolys

- **Financés par le FUI (Fonds Unique Interministériel)**

Végésupply : Développer une organisation novatrice, mutualisée et durable pour accroître la compétitivité des entreprises du végétal, soumises à de nombreuses contraintes en matière de transports

BRIO : Outil innovant d'aide à la décision et son intégration dans la stratégie de **création variétale** d'entreprises de la filière ornementale

DEFISTIM : Développer la mise en marché des **Stimulateurs de Défenses Naturelles des plantes**

PETAAL : Lutte biologique contre le **Tigre du platane**

- **Financés par l'appel d'offres « dynamique de filières » du Conseil régional des Pays de la Loire**

Plantinov'ser : Serre économe en **énergie**

Genêts : **Création variétale** chez les genêts et autres légumineuses ornementales

- **Soutenus par Végépolys et financement Casdar**

Rosafortissima : Amélioration de l'état sanitaire du **rosier de jardin**

- **Projets académiques labellisés par Végépolys et financés par l'ANR**

VEG DUD : Rôle du végétal dans le **développement urbain durable** à travers une approche par les enjeux liés à la climatologie, l'hydrologie, la maîtrise de l'énergie et les ambiances

- **Projets académiques soutenus par Végépolys**

QUALISEM : Approche Intégrative du déterminisme de la qualité physiologique et sanitaire des semences.

MODEMAVE : Modélisations mathématiques appliquées à la biologie du végétal

COSI-VEG : Méthodologies Cognitives et Sensorielles Innovantes adaptées à la valorisation du matériel Végétal

ATOUS, FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS POUR LA RECHERCHE ET LE DÉVELOPPEMENT EN HORTICULTURE ORNEMENTALE

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Points forts de la recherche publique - Le rosier : il faut en tirer profit pour cette production. - L'écosystème « culture protégée ». • Développement de nouvelles thématiques sur la nature en ville, agriculture urbaine et périurbaine • Le pôle ligérien, Végépolys : catalyseur de projets partagés de R&D et d'innovation avec une vision stratégique régionale (<i>quel impact sur une cohésion et stratégie nationale ?</i>) • Consolidation et rôle structurant au plan national d'Astredhor ; fusion à venir avec Iteipmai ; développement de Plante&Cité. • Rôle structurant de Val'hor • Développement du partenariat Inra/Astredhor et Astredhor/Plante&Cité 	<ul style="list-style-type: none"> • Très petite taille du secteur et manque de cohésion nationale de la filière ; de vision stratégique globale (pas de projets collectifs portés par la filière pouvant être défendu avec les organismes publics auprès de l'Etat, de l'Europe...). • Espèces ornementales considérées par les structures de financement de la recherche comme mineures • Abandon de nombreuses thématiques de recherche, dédiées aux différentes plantes ornementales et à des couples plantes x pathogènes • Peu de recherches en sciences économiques et sociales ; cette thématique n'est pas du tout abordée par l'Astredhor • Mutualisation et diffusion des connaissances et résultats de R&D insuffisantes (général à la R&D agricole)
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Transferts du modèle rosier vers d'autres plantes horticoles • Tirer profit de recherches non dédiées mais pouvant intéresser la filière ; collaboration plus active avec la R&D F&L. • Nouvelle dynamique scientifique à la villa Thuret • UMT et RMT et plus largement élan donné au partenariat Recherche-Formation-Développement • Partenariat européen d'innovation • Thèses Cifre et fonds OSEO • Vers un IT unique regroupant P&C et Astredhor/Iteipmai • Développement de la demande de proximité • Emergence de nouveaux usages pour les plantes ornementales • Exercice de prospective pour fédérer la filière sur un projet stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> • Déclin des recherches en création variétale (public et privé) → devenir des faiseurs de plantes à faible valeur ajoutée • Manque de soutien financier pour les conservatoires, jardins botaniques, collections... source de diversité pour l'avenir de la filière qui elle-même a besoin de beaucoup de diversité, et également en lien avec le changement climatique. • Disparition de nombreuses entreprises faute de rentabilité → frilosité vis-à-vis des investissements R&D

› **Veille prospective « les productions végétales spécialisées à l'horizon 2020 »** d'après la présentation de **Philippe Hellegouac'h (Végépolys)** le 12 juillet 2012

La veille prospective a pour objet d'aider la prise de décision stratégique qui engage un chef d'entreprise ou un groupe sur une longue durée. Cet outil est destiné aux entreprises du végétal. Ce n'est pas un exercice de futurologie ou de prévision de l'avenir. Cette veille ne « donnera » pas une stratégie commune à suivre. Ce n'est pas non plus une étude instantanée mais c'est une démarche qui se fonde sur des ajustements et des corrections rétroactives dans le temps.

La présentation couvre les résultats 2011, celle des résultats 2012 est en cours de préparation.

La démarche a débuté en 2007 par l'identification par le groupe de prospective de « 6 figures de long terme » qui sont des scénarios d'évolution du végétal spécialisé.

Ces figures sont :

- Industrialisation des productions
- Concentration des alliances
- Valorisation des niches de proximité
- Logique de développement durable
- Innovation vers la « santé »
- Mobilité stratégique des entreprises

Chaque année depuis 2007, un panel d'environ 80 « capteurs » est interrogé sous forme d'un libre échange de 45 mn autour des thématiques suivantes :

- L'innovation, la recherche
- Les réglementations
- Les compétences, les métiers, la main-d'œuvre
- Les médias, la pression sociétale
- Les comportements, les modes de vie
- Les offres, les produits
- Les marchés, les flux et la mondialisation des échanges
- L'énergie, la logistique
- Les évolutions climatiques
- Les structures d'entreprise, les stratégies, le management

A l'issue de la phase de collecte, un petit groupe de chefs d'entreprises adhérents en fait une synthèse et identifie les « signaux de rupture », phénomènes de dérive par sujet qui sont transformés en « message d'alerte ».

Les résultats sont restitués aux adhérents lors de soirées qui réunissent 80 à 85 personnes.

En 2012 un effort particulier a été fait sur la dynamisation des capteurs :

- association avec le pôle de compétitivité Pôle Européen Innovation Fruits et Légumes (PEIFL, basé à Avignon)
- recrutement de nouveaux capteurs
- accélération du processus : les résultats 2012, issus d'une collecte sur mai juin, seront disponibles en septembre.

Les capteurs sont issus de différents métiers de l'amont (chercheurs, banquiers, fournisseurs, producteurs,...), de l'aval (distributeurs, associations de consommateurs,...) ou transverses (journalistes, syndicats et organismes accompagnateurs,...) et de différentes filières du végétal spécialisé : Champignon, Tabac et Cidre, Arboriculture, Horticulture, Pépinières, Semence, Viticulture, Plantes « beauté, santé, bien être », Maraîchage.

Résultats 2011 relatifs à chacune des thématiques :

En matière **d'innovation et de recherche** : l'innovation est

- peu dynamique malgré des opportunités comme celles offertes par les NTIC,
- orientée par les contraintes environnementales et la demande de traçabilité,
- favorisée par les partenariats,

En matière de **réglementation**, d'un côté la réglementation est lourde et nuit à la compétitivité et de l'autre, la multiplication de certifications, le plus souvent privées, reste incompréhensible pour les consommateurs. Les problématiques environnementales (eau, PPP,...) induisent des réglementations bloquantes. Faute de lobbying organisé et efficace la réglementation n'évolue pas dans le bon sens.

En matière de **compétences, métiers, main d'œuvre** les capteurs relèvent à la fois les distorsions de concurrence induites par les inégalités de coût de M.O. en Europe et la faible attractivité concrète des

« métiers du vert » malgré une image renouvelée et des efforts pour organiser la transmission des savoirs.

Les **médias** sont perçus davantage comme des relais de la pression sociétale, notamment en matière d'environnement, que comme des apporteurs d'informations ou des porte voix pour les filières. Les marques régionales semblent se développer.

En matière de **consommation**, les consommateurs, en déclaratif, souhaitent limiter les mauvais côtés et mauvaises empreintes de leur consommation qui doit cumuler le local, l'éthique, l'environnementalement correct, la proximité et la satisfaction des sens.

Sur la problématique « **offre, produits, marques, services associés** » se retrouvent les aspirations des consommateurs pour la proximité, la tradition, la micro-production, sans oublier les marques...

En matière de **marchés, flux, mondialisation et logistique**, dans un contexte mouvant la concurrence internationale est aggravée par la « crise des transports ».

Les **évolutions climatiques** sont un sujet sensible pour les entreprises qui envisagent de les inclure dans leurs facteurs de risques.

Le **moral des entreprises** n'est pas très bon, l'arrivée de jeunes, plus souvent généralistes, tend à faire évoluer les modes de management.

Les figures de long terme sont confrontées aux éléments ainsi retenus des réponses des capteurs, ce qui permet de situer la position en 2011 par rapport aux années précédentes.

- **Industrialisation des productions.** En 2011, l'industrialisation se renforce notamment par l'apport des TIC malgré les contraintes engendrées par le coût des transports et de l'énergie qui freinent les échanges.
- **Concentration des alliances.** En 2011, les alliances se multiplient et tentent de se concrétiser afin de gagner en compétitivité. Augmentation des labels et des marques.
- **Valorisation des niches de proximité.** En 2011, un marché de proximité qui poursuit son développement et des circuits de distribution complexifiés par cette proximité. Des opportunités autour de l'approche polysensorielle des produits et la prise en compte des facteurs allergisants.
- **Logique de développement durable.** En 2011, des productions plus respectueuses de l'environnement du fait d'une pression réglementaire et sociétale qui se renforce. Surveillance et réglementation de plus en plus poussées concernant la consommation d'eau.
- **Innovation vers la « santé ».** En 2011, recul des alicaments au profit des produits naturels, sains et bons pour la santé. Impact de la sécurité alimentaire auprès des consommateurs.
- **Mobilité stratégique des entreprises.** En 2011, des positionnements stratégiques tendent à s'orienter vers des problématiques managériales et marketing afin de dépasser un contexte économique et environnemental (climatique) difficile.

Sur certains sujets des pistes de réflexions collectives sont mises en avant : la nécessité d'un lobby, le manque de marketing, la gestion de l'eau, la crise du transport. Mais l'outil est avant tout destiné individuellement aux entreprises, qui y contribuent et qui en reçoivent les enseignements en retour.

› **La PAC 2014 et la filière horticole** d'après la présentation d'Anne Haller FranceAgriMer le 12 juillet 2012

Le 12 octobre 2011, la Commission a présenté ses propositions pour la PAC. La crise budgétaire européenne n'a pas permis que le budget soit adopté comme prévu en décembre 2012 ce qui entretient un climat d'incertitude sur le financement de la PAC laquelle absorbe environ 40% du budget européen.

Le présent projet fait évoluer la part du budget de la PAC proprement dit dans le budget communautaire : certaines aides comme une partie des aides visant à gérer ou à prévenir les crises ou les aides aux plus démunis sortent de la PAC alors que des mesures de développement rural non agricole sont désormais financées par la PAC.

Autre élément de contexte important et porteur de changement dans la gouvernance du dispositif : le traité de Lisbonne fait du parlement un codécideur tout en prévoyant d'accélérer le processus de décision par une délégation à la Commission (actes délégués). Les actes d'exécution sont quasiment l'équivalent des anciens règlements commission.

Dans la nouvelle PAC, les changements majeurs sont :

- Un texte OCM unique et la fin des OCM par filière

- Un verdissement du 1^{er} pilier (aides éco conditionnelles), un volet économique dans le deuxième pilier.
- La prise en compte de la gestion des risques (dans le 1^{er} et dans le 2nd pilier).

LE PREMIER PILIER

La nouvelle conception des paiements directs se met en place avec 2 principaux schémas :
Un régime dédié aux petites exploitations qui pourra mobiliser jusqu'à 10% de l'enveloppe paiements directs (PD), sous la forme d'un forfait déterminé par l'Etat Membre (EM) mis en œuvre dès 2014 avec des modalités de demandes et de contrôle simplifiées.

Un régime commun subdivisé en

- Paiement de base : il s'agit d'une aide à l'hectare uniforme à une échelle régionale ou nationale (la notion de région étant à préciser par l'EM). Pour éviter que tout détenteur de terres à vocation agricole (y compris les aéroports,...) n'émerge à ce fonds, l'activité agricole et le statut d'agriculteur actif seront définis.
- Paiement vert : 30% de l'enveloppe PD pour financer la diversification des cultures, les prairies permanentes et des surfaces d'intérêt écologique.
- Paiement Jeune Agriculteur (JA): 2% l'enveloppe PD pour financer le début de l'activité agricole des moins de 40 ans, au maximum pendant 5 ans.

5 à 10% des PD peuvent être consacrés à du soutien couplé et 5% aux zones sujettes à des contraintes naturelles.

Tous ces paiements, à l'exception du paiement vert sont dégressifs et plafonnés.

Les modalités de passage (règles de convergence) des DPU aux DPB+paiement vert sont encore en cours de négociation. Il s'agit de gérer la convergence à partir de situations historiques différentes en terme de DPU, telles que constatées en 2013 vers un même niveau en €/ha en 2019.

OCM UNIQUE

Dans l'OCM Unique, un certain nombre de mesures visent à accroître la compétitivité des producteurs agricoles. Il s'agit du « filet de sécurité renforcé » dont la boîte à outils comprend une réserve en cas de crise, une mise en œuvre simplifiée de dispositifs d'intervention par le stockage privé et de mesures exceptionnelles plus flexibles. Il s'agit aussi de mesures de mise en phase avec le marché par la fin de certains dispositifs : quotas sucriers, aides au lait écrémé en poudre, au houblon, au ver à soie.

D'autres mesure soutiennent les démarches de recherche de réponses communes aux défis économiques et environnementaux notamment par la reconnaissance facilitée des OP, AOP et organisations interbranchés. Cette reconnaissance est étendue à tous les secteurs relevant de l'OCM unique, avec la controversée interdiction de position dominante. Quand une organisation est représentative en terme de production (de 60% en F&L à 2/3) et de producteurs (50%) ses règles et cotisations peuvent être étendues à tous les producteurs. Petit bémol : il n'existe pas de définition européenne précise de l'organisation de producteurs.

Enfin, les programmes de distribution de fruits et de produits laitiers dans les écoles bénéficient de moyens financiers accrus.

Des fonds existent pour financer la recherche et l'innovation.

LE SECOND PILIER

Le 2nd pilier toujours co-financé par l'Etat Membre est en partie régionalisé.

Le développement rural s'inscrit désormais dans le cadre de la Stratégie Europe 2020 qui s'est donnée un « cadre stratégique commun » (CSC) couvrant le FEADER, le FEDER, le FSE, le fonds commun de cohésion et le fonds pour la pêche et regroupant des objectifs thématiques communs à atteindre par des actions clés à chaque fonds. Les EM décrivent leur projet d'utilisation de ces fonds dans un Contrat de partenariat. La mise en œuvre de cette architecture prend du temps... a priori, la plupart des actions préexistantes est toujours finançable complétée par l'assurance revenu et la création de groupements de producteurs. 5% des fonds sont mis en réserve pour un fonds de performance qui sera attribué en 2009.

LE SECTEUR HORTICOLE EST-IL CONCERNÉ ?

Mis à part l'intervention publique sur les marchés et le stockage privé, toutes les mesures sont accessibles pour l'horticulture, notamment les mesures de gestion des risques, de réponse à des perturbations exceptionnelles des marchés, de mise en place d'OP.

De nombreux sujets seront débattus dans les textes communautaires et concernent notamment la filière horticole

- le nouvel outil de la gestion de crise
- les règles de la concurrence
- le nouveau fonctionnement des interprofessions
- l'ouverture des aides directes pour l'horticulture
- les règles de la convergence pour les aides directes
- le volet 2nd pilier
- aides directes : éligibilité des surfaces horticoles et recouplage éventuel des aides en fonction de la main d'oeuvre
- OCM unique : mise en œuvre des règles relatives aux organisations de producteurs et gestion des aléas
- Développement rural : mesures spécifiques horticoles : investissements ; mesures environnementales

Marchés

- › **Commerce international des fleurs coupées** d'après la présentation de **Sylvie Mamias d'Union Fleur** le 27 novembre 2012

PRÉSENTATION D'UNION FLEURS

Union Fleurs est l'association internationale du commerce des fleurs, créée en 1959, basée à Bruxelles depuis 2011. Ses missions sont : représenter, promouvoir et défendre les intérêts du commerce floricole à l'échelle européenne et internationale.



Ses activités se regroupent en

- Collecte et distribution d'informations, notamment en matière de réglementation phytosanitaire dans les échanges internationaux
- Lobbying et défense d'intérêts
- Networking (réseautage)

20 pays européens et non européens sont représentés. Les adhérents sont des fédérations nationales de grossistes, négociants, importateurs et exportateurs qui cumulent 80% de la valeur des exportations florales et 3000 entreprises.

Le Royaume Uni et la France³ en sont absents. Le conseil d'administration est constitué d'organisations membres (en ce moment Pays-Bas, Kenya, Colombie, Turquie et Allemagne, avec une présidence espagnole). La structure est petite : 4 permanents qui s'occupent aussi de fruits et légumes.

PANORAMA DU MARCHÉ MONDIAL DES FLEURS COUPÉES

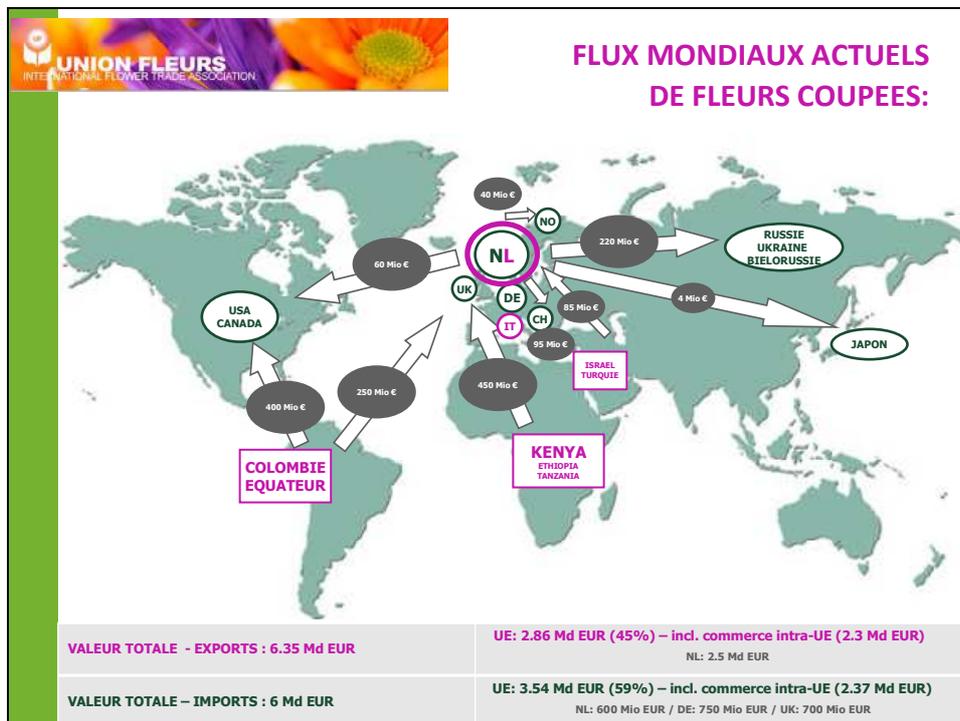
Les principaux pays producteurs et exportateurs sont en Amérique du sud : la Colombie, l'Equateur; en Afrique : le Kenya, l'Ethiopie, la Tanzanie ; dans le bassin méditerranéen : Israël et la Turquie et en Europe : les Pays-Bas et l'Italie.

UK est approvisionné par un flux direct en provenance du Kenya. L'Asie est un important pôle de production pour le moment dédié à son marché régional. La filière indienne est en voie d'émergence (d'où l'absence du continent sur le schéma de flux ci-après).

Ce marché est fortement globalisé avec :

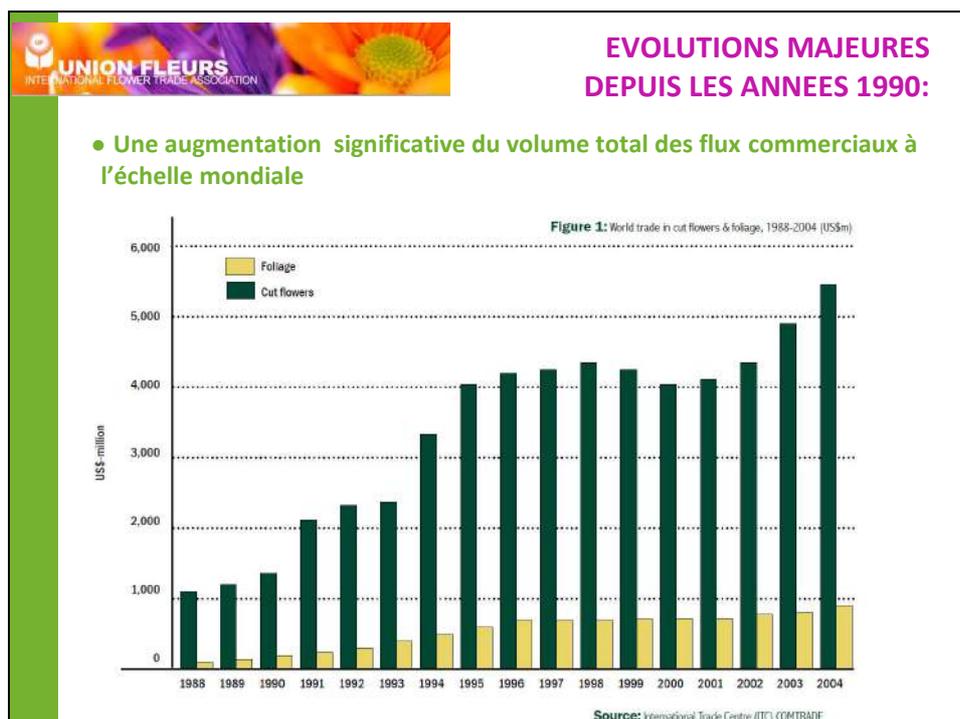
³ Pour la France Maxime François propose une explication : la France exporte peu, la Fédération des grossistes qui a fondu dans les années 90, regroupe 10 à 12 membres et dispose de peu de moyens financiers. La cotisation à Union Fleurs basée sur les flux import et export est un frein majeur à une adhésion de la France.

- o une place prépondérante des Pays-Bas (plate-forme du commerce mondial, notamment via les marchés au cadran)
- o Des flux commerciaux qui suivent majoritairement des lignes régionales Sud-Nord: des pays de production vers les pays de consommation : Amérique du Sud → Amérique du Nord ; Afrique → Europe



Ce marché est entièrement libéralisé et repose sur l'offre et la demande :

- o Pas d'intervention directe des politiques publiques
- o Peu ou pas de droits de douane: 80% des fleurs importées sur les marchés UE et US sont libres de droits
- o Des variations saisonnières dans la demande, avec des pics majeurs autour de quelques jours de fêtes spécifiques (St Valentin, Fête des Mères, Toussaint)



Il s'agit donc d'un marché international extrêmement compétitif avec des marges de profit très réduites où les facteurs clés de succès sont la rapidité et l'efficacité de la chaîne logistique (produits hautement périssables et fragiles), les investissements et l'innovation.
La rose constitue 40 à 60% des échanges loin devant l'œillet à 10%.

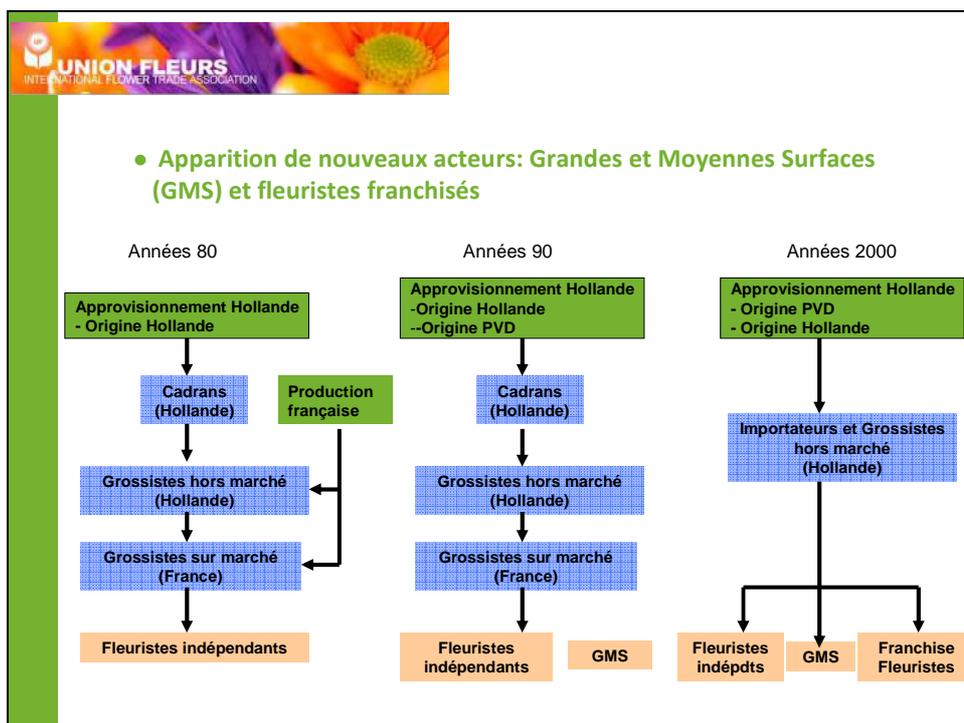
Depuis les années 1990, on a observé un transfert des centres de production vers les pays en développement du sud : Kenya, Colombie, Equateur, Ethiopie. Ce mouvement se poursuit dans les années 2000 avec des phénomènes de concentration et s'explique par une recherche de coûts de production plus faible : couts de main d'œuvre et couts d'énergie grâce à un climat plus favorable ; et les avantages de la culture de contre saison qui permet de diversifier l'offre. Quant à la demande elle est plutôt stagnante depuis les années 90 ce qui conduit à une tendance à la baisse des prix et à la compression des marges. Les entreprises cherchent à faire fonctionner leurs structures toute l'année en cherchant de nouvelles occasions d'offrir des fleurs (la rentrée scolaire, le 8 mars,...) et en jouant la contre saison.

Le commerce intra européen reste très actif (67% des importations des pays d'Europe viennent d'un pays européen et principalement des Pays Bas et 80% des exportations européennes sont destinées à un pays européen). Mais il est difficile de distinguer l'origine de la provenance. Par exemple le Kenya avançait masqué jusqu'à présent avec des produits réexportés par les hollandais. Mais, confronté à la concurrence d'autres pays africains il souhaite désormais revendiquer et promouvoir son origine.

ÉVOLUTIONS, PERSPECTIVES ET ENJEUX POUR L'AVENIR

L'hégémonie néerlandaise est fragilisée par des circuits directs entre producteurs, importateurs et détaillants. Le rôle des cadrans diminue malgré leur modernisation et la mise en œuvre de procédures virtuelles qui permettent de comptabiliser et de faire cotiser des lots qui ne sont pas physiquement présents. FloraHolland, le cadran coopératif néerlandais s'ouvre à des opérateurs kényan (qui sont en fait des néerlandais...)

Le secteur doit s'adapter à l'évolution de la structure des filières



Ce schéma reste à nuancer par pays : UK est un marché de GD mais la France reste un marché de fleuristes (50%) avec une part croissante des franchisés.

Ces nouveaux acteurs imposent des exigences nouvelles en termes de :

- Prix
- Logistique
- Délais de livraisons
- Qualité
- Normes environnementales et sociales

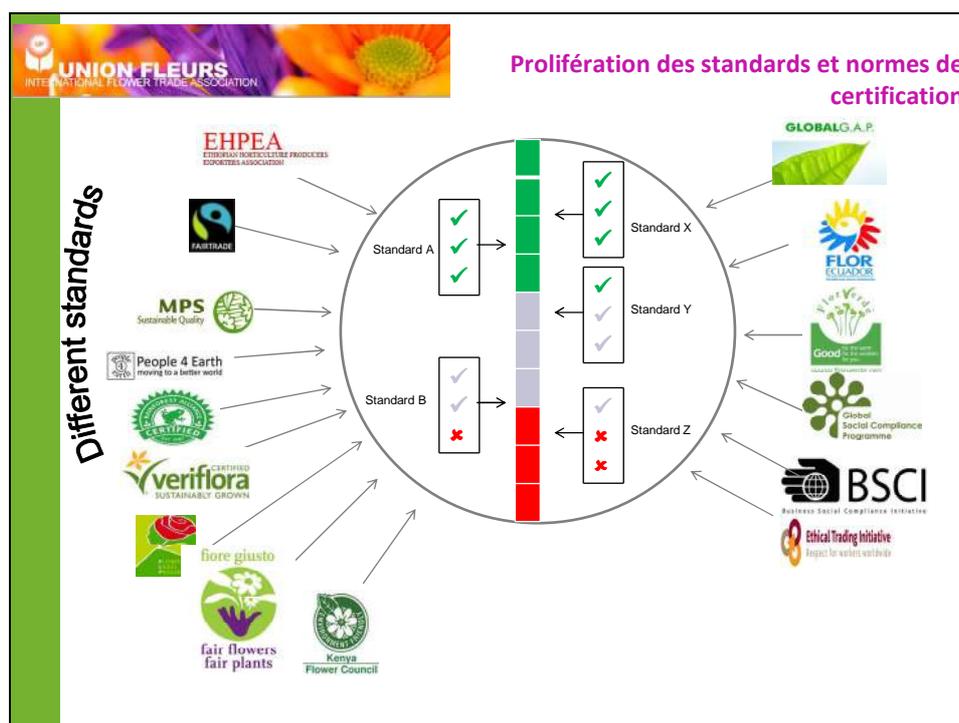
La pression grandissante sur les pays producteurs du Sud pour répondre à ces nouvelles exigences et investir dans des structures logistiques et des systèmes de certification induit une concentration grandissante des opérateurs dans les pays du Sud

Ex: Kenya – 1% du total des producteurs assurent aujourd'hui 50% des exportations vers le marché européen. Le 1^{er} opérateur a 6000ha de serres.

A cela il faut ajouter des appuis politiques des USA et de l'UE au développement des cultures de substitution au pavot, notamment par des droits de douanes faibles ou nuls. Le Kenya bénéficie des accords de Cotonou pour l'accès au marché européen.

Les défis logistiques sont majeurs que ce soit pour le transport aérien ou pour le transport maritime et aussi le transport intermodal (train – route). La dématérialisation des procédures, le e-commerce sont aussi porteurs d'enjeux pour le commerce, de même que l'harmonisation des standards au niveau mondial.

En effet, on assiste à la prolifération de signes, standards, normes et certifications sociaux et environnementaux, peu lisibles et coûteux pour les producteurs.



D'où la création de Floriculture Sustainability Initiative (FSI) qui se veut un outil de comparabilité des labels existants, afin d'accroître la lisibilité, la transparence et de réduire les coûts en limitant les duplications.

› **Secteur horticulture et décoration au marché international de Rungis** d'après la présentation de **David Bourganel (Directeur Marketing à la Semmaris)** le 16 janvier 2013

LE MARCHÉ DE RUNGIS

Il y a 40ans Charles de Gaulle, alors Président de la République a l'idée d'implanter les Halles de Paris à Rungis pour leur donner l'espace qu'elles ne peuvent plus avoir au centre de Paris.

Quelques chiffres : près de 8 milliards d'€ de chiffre d'affaires, 1200 entreprises, 12 000 salariés, 234ha aménagés. Chaque année l'arrivage de 2,4 millions de tonnes de produits alimentaires, 190 millions de tiges de fleurs et 16 millions de plantes en pot. Le marché compte 6,6 millions d'entrées annuelles et dessert 18 millions de consommateurs (dont 12 en Ile de France). La Semmaris investit entre 30 et 40 millions d'€ chaque année.

La clientèle se répartit en moyenne entre

- commerce de détail : 50%
- restauration hors foyer : 35%
- GMS : 15%

40% des achats sont livrés, 60% emportés. Les commandes par téléphone ou internet se développent (vers 50% / 50% en tendance).

Sur 8 milliards d'euros de C.A., 65% des produits sont destinés à l'Île de France et 10% à l'export.

Le site de Rungis concentre tous les métiers du frais sur un même site :

- Les grossistes sur carreau
- Les grossistes à service complet
- Les producteurs
- Les courtiers
- Les logisticiens et transporteurs
- Les acteurs du e-commerce

Mais aussi

- L'emploi et la formation
- Les services de l'Etat
- Les restaurants et les services à la personne et aux entreprises
- Les transports en commun et une gare de fret
- Le tri et la valorisation des déchets

Tout cela à 7km de Paris, au cœur d'un réseau d'accès multimodal exceptionnel.

LE SECTEUR HORTICULTURE ET DÉCORATION



2600 acheteurs se rendent sur le secteur Horticulture et Décoration dont 1800 fleuristes qui viennent spécifiquement sur le site (170000 passages annuels (+1,2% vs 2011)).
83% des acheteurs sont des détaillants en boutique, 15% des détaillants sur marché et 2% des restaurants et hôtels.

Un secteur qui souffre de la conjoncture économique :

- Secteur qui ne relève pas de la nécessité, qui sollicite des achats de plaisir, par nature temporaires, généralement liés à l'acte d'offrir.
- Certains opérateurs parviennent à résister à ce contexte : spécialisation sur des niches de produits, liens privilégiés avec la production, offre de services...
- Fleurs coupées sont les plus touchées par cette conjoncture mais restent la première famille du secteur (2/3 des ventes).
- Les plantes en pot ont moins pâti de la conjoncture.
- La décoration est en phase de stabilisation après une décennie de forte croissance.

Une activité qui souffre de la concurrence :

-**Un marché hollandais très agressif** : Développement de l'approvisionnement direct, concurrence accrue venant de la Hollande. Qualité et étendue de l'offre, services de livraison, sites internet de qualité, relation client performante...

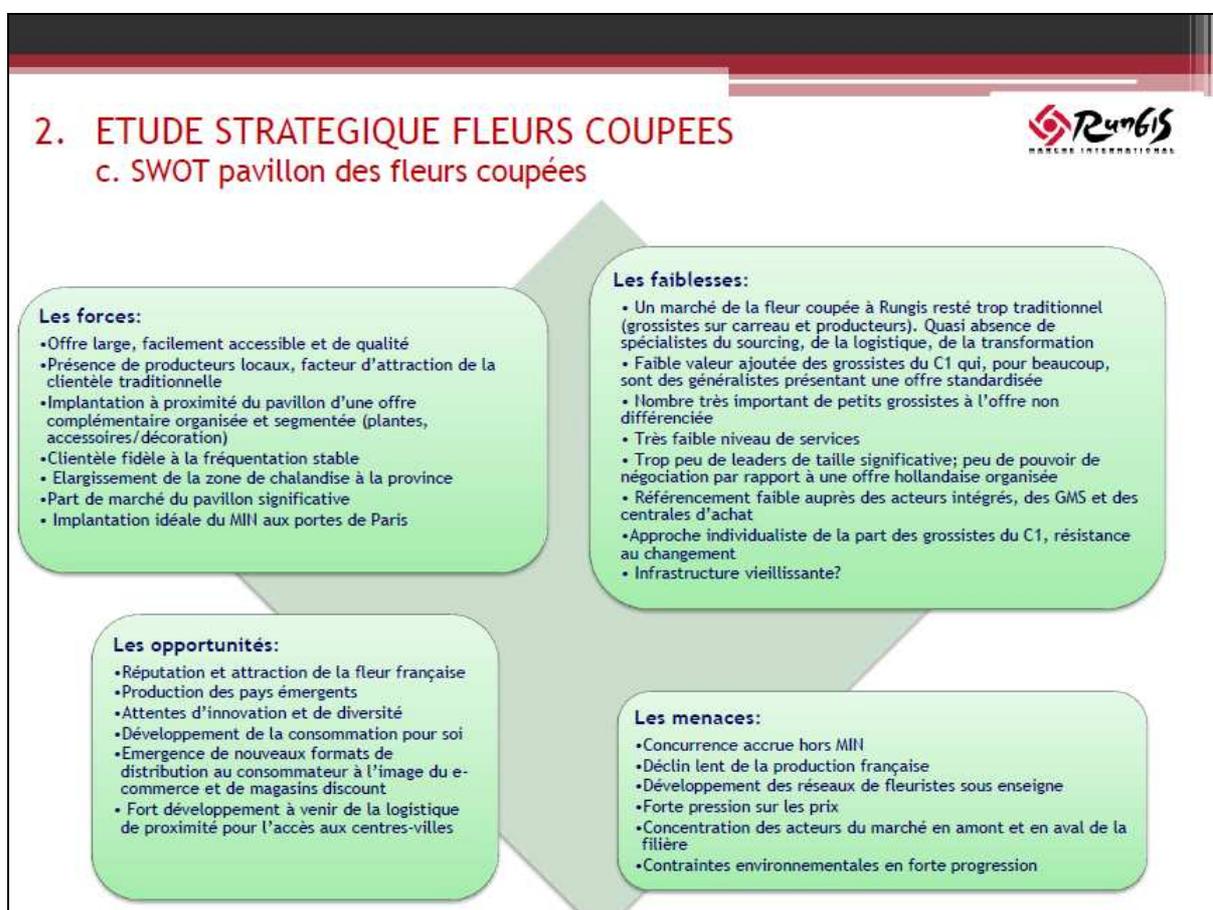
-**Evolution du commerce final en faveur des réseaux** : développement des enseignes, des concepts 'low cost', des ventes en jardinerie et sur Internet, développement de Cash & Carry à proximité de Paris.

ÉTUDE STRATÉGIQUE

La Semmaris a commandé à un cabinet belgo hollandais une étude stratégique pour comprendre les termes de la concurrence.

En première analyse, l'évolution du contexte est identifiée.

Avec des paramètres politiques et réglementaires : ouverture des marchés européens, évolution des réglementations (périmètres de protection et donc plus forte exposition à la concurrence des cash&carry). Un marché des fleurs coupées où face à une demande stable, de nouvelles sources d'approvisionnement émergent et les coûts de transport augmentent. La clientèle finale est vieillissante sans renouvellement générationnel, les exigences en termes de « valeur temps » et niveau de service changent. L'Internet et les nouveaux circuits modifient les modes d'achat et d'offre.



Suite à cet état des lieux, des recommandations ont porté sur les points suivants :

-Développement de la collaboration entre les grossistes et renforcement du syndicalisme professionnel, afin d'entamer un dialogue constructif et organisé avec le gestionnaire du Marché

-Aménagements intérieurs et extérieurs afin de faciliter le parcours client

-Déploiement d'une offre produits/services différenciée en phase avec les attentes des différents segments de clientèle (mise en avant de l'origine France, diversification des sources d'approvisionnement internationales hors Pays-Bas, regroupement de certaines démarches logistique et livraison)

-Mise en œuvre d'une stratégie commerciale partagée à défaut d'être commune

Recommandations d'ores et déjà mises en place :

3. RECOMMANDATIONS



- **Recommandations d'ores et déjà mises en place :**

- Un nouveau parking couvert d'une capacité de 168 places a été aménagé au sein du secteur horticulture



- Restructuration de carreaux centraux dans le pavillon des fleurs coupées (chambre froide de plain-pied, bureau en mezzanine...):

- Amélioration de l'accueil des acheteurs (borne de rechargement des cartes, appli de géolocalisation...)
- Renforcement du syndicalisme professionnel avec la présence d'un syndicat par offre produit et métier
- Participation au salon Horti Fair fin 2011, référence mondiale de l'horticulture décoration
- Opération commune de promotion des ventes en septembre 2012 « les 3 jours passion à Rungis »

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

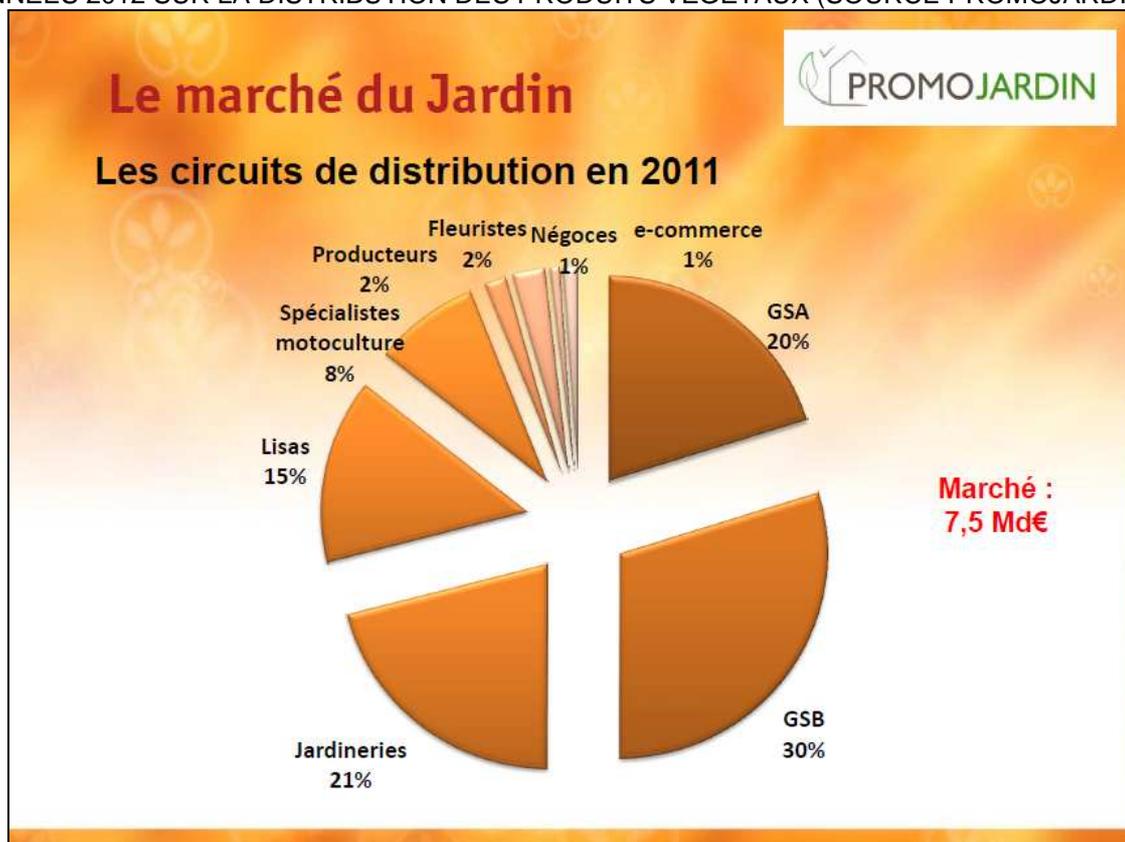
Suite à cette étude, il est désormais inéluctable de réfléchir à la restructuration du secteur :

-Alors que certains marchés de gros, comme Barcelone, ont fait le choix de se séparer de leur pôle horticulture et décoration, il semble pertinent de conserver une offre concentrée et performante, avec un secteur fortement contributeur à la fréquentation physique, grâce à un commerce de détail fidèle et dynamique.

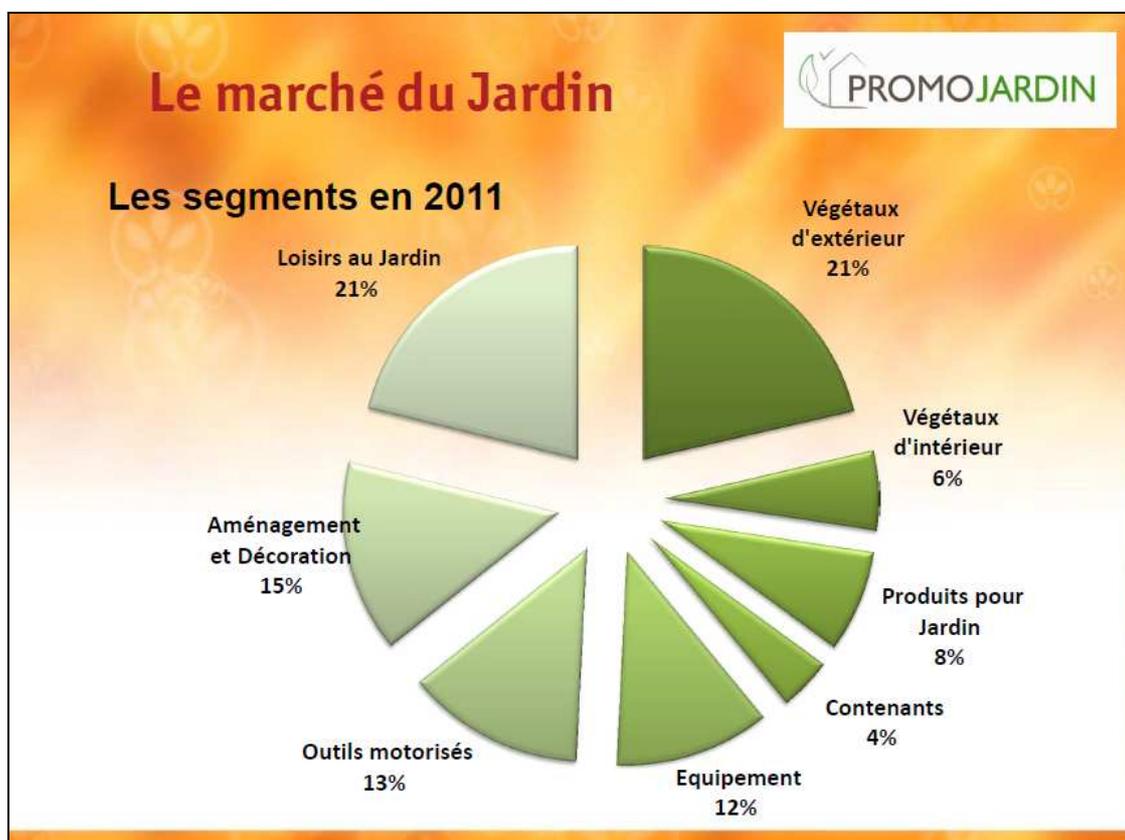
-A l'intérieur du secteur H&D, c'est avant tout l'offre fleurs qui pose problème car encore trop atomisée. Sur la cinquantaine de grossistes (fleurs et feuillages) présents sous le C1, à peine plus de la moitié dépasse le million d'euros de CA ; le top 15 représentant à lui seul 65% du CA du bâtiment.

-Une restructuration est en réflexion pour un secteur dont l'emprise foncière est disproportionnée par rapport à son poids économique; avec à la clef des infrastructures aux normes, en termes de conservation des produits et de capacités de livraison et logistiques notamment.

DONNÉES 2012 SUR LA DISTRIBUTION DES PRODUITS VÉGÉTAUX (SOURCE PROMOJARDIN)



La moitié de la distribution des produits du secteur « jardin » échappe aux spécialistes et est réalisée par les grandes surfaces alimentaires et de bricolage.



Le poids des végétaux est marginal : 21% pour les végétaux d'extérieur et 6% pour les végétaux d'intérieur). Le marché est en croissance lente et régulière.



Le segment des végétaux d'extérieur a progressé de 12% en 5ans pour atteindre 1,6 milliards d'euros, avec un fort ralentissement de la croissance entre 2009 et 2011.

Les données clés des principales enseignes sont reprises dans le tableau suivant. (source NIELSEN pour PROMOJARDIN)

Centrales	Enseignes principales	Nb magasins	SV totale au 1/1/13	poids centrale en % SV totale	poids centrale en % SV jardin
GAMM VERT	GAMM VERT, COMPTOIR DU VILLAGE,...	918	1 089 480	9%	24%
JARDILAND	JARDILAND, VIVE LE JARDIN,...	189	984 261	8%	21%
APEX	POINT VERT,...	454	575 721	5%	12%
SEVEA	BAOBAB, VILLAVERDE	108	408 779	3%	9%
BOTANIC	BOTANIC	63	345 611	3%	8%
TRUFFAUT	TRUFFAUT	57	385 184	3%	8%
NALOD'S	DELBARD	56	215 449	2%	5%
SA 2E	ESPACE EMERAUDE, RURAL EXPERT	83	199 355	2%	4%
INEDIS	FRANCE RURALE, AMIS VERTS,...	192	133 553	1%	3%
COTE NATURE	COTE NATURE	11	72 224	1%	2%
LES COMPAGNONS DES SAISONS	LES COMPAGNONS DES SAISONS	9	40 349	0%	1%
KIRIEL	KIRIEL	58	23 082	0%	1%
CPFM	POLE VERT	30	34 662	0%	1%

- GammVert : réseau mixte de Lisa (enseigne comptoir du village) et jardineries de proximité, issu des coopératives agricoles des années 70, filiale d'In Vivo 1^{er} groupe coopératif agricole français.
- Jardiland, en complément de son réseau de points de vente (voir tableau) le Groupe Jardiland , possède 700ha de pépinière répartis sur 3 sites qui ont été certifiés « plantes bleue ».
- Apex Point Vert et Magasins Verts jardineries en franchise.
- Truffaut implanté en zone urbaine et dans les grandes métropoles, bénéficie d'une très forte notoriété.
- Sevea est issu de la fusion des centrales VillaVerde anciennement Vilmorin (85 magasins dont 14 intégrés et 58 en franchises) et Pollen-Baobab (105 magasins, tous affiliés) en 2011.
- L'enseigne Botanic se développe rapidement sur la base d'un engagement affiché pour le développement durable : suppression totale à partir de 2006 de tous les pesticides et engrais chimiques des magasins. 80% des 2000 collaborateurs sont actionnaires de l'entreprise.
- Le groupe Nalod's, réseau d'indépendants a acquis en 2010 14 jardineries Delbard. L'achat de la marque Delbard dont la notoriété est forte va faciliter le développement de Nalod's.



Dans les jardineries, les végétaux représentent 40 à 60% du CA ; le problème principal est la saisonnalité qu'il s'agit de lisser en vendant autre chose que des végétaux. A l'intérieur de la saisonnalité, l'impact de la météo et plus particulièrement de celle des week-end peut être majeur. En flux de plus en plus tendu, les végétaux sont stockés chez le producteur.

Dans le budget et dans l'allocation du temps des consommateurs le jardinage est en concurrence avec les loisirs « assis » (tablette, cinéma,...).

La présentation ne comprend pas l'animalerie qui représente de 20 à 30% du CA des jardineries.

Un jardinage très disparate

Autre aspect frappant du secteur, la disparité de performance des ventes au mètre carré. Les spécialistes du jardinage affichent les rendements les plus faibles, avec des différences entre les spécialistes de périphérie comme Jardiland et Gamm vert qui atteignent respectivement 743 et 900 €, et Botanic et Truffaut, dont l'implantation et la clientèle sont plus urbaines, et réalisent des scores moyens de 1 054 et 1 212 € au mètre carré. LSA septembre 2012

LES SITES DE VENTE EN LIGNE DE VEGETAUX

Sur Internet, les sites de vente de végétaux connaissent des trafics en forte progression, tant pour les visites que pour les achats effectués, notamment concernant les végétaux d'intérieur : si Internet est un relais de croissance très fort pour les végétaux d'intérieur (55% des commandes chez Florajet en 2012, 60% du CA chez Interflora), pour les végétaux d'extérieur, dont l'offre est assez large, on ne dispose pas de chiffres précis du nombre de sites de vente en ligne, ni du volume de transactions.

On dénombre une dizaine de sites significatifs (notamment ceux de Florajet, Interflora, Willemse, Truffaut, Botanic, Compagnie du végétal, 123fleurs, aquarelle.com, ...). Nombre de ces sites pourraient faire l'objet d'améliorations.

LE DRIVE

Concept lancé en 2009, le marché du drive arrive déjà à maturité en France avec un parc de 2060 drives en mars 2013 (évolution sur 1 mois = +50), et un C.A. 2012 de l'ordre de 2 milliards d'euros.

Typologies des drives

Selon le service rendu :

- **Vrai drive** : le client ne sort pas (ou ne s'éloigne pas) de son véhicule → forte praticité (40% des 850 drives à fin 2011)
- **Faux drive** : le client doit se signaler à l'accueil du point de vente (ou autre endroit éloigné) → faible praticité. A terme, (après expansion des vrais drives) ne sera qu'un modeste service sans intérêt (60% des 850 drives à fin 2011)

Selon l'emplacement

- **« Accolé » au magasin** : le drive est sur le site même du point de vente, dans la même zone commerciale, c'est un drive défensif qui évite de perdre des clients et accroît la dépense des clients sur le site (85% des drives 2011)
- **Déporté sur une autre zone** : le drive est éloigné sur une autre zone (commerciale ou pas) c'est un drive offensif qui permet la conquête de CA. Ce positionnement va rebattre les cartes sur les zones. Mais crée du trafic sur un site concurrent. (15% des drives 2011)

Selon l'organisation

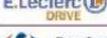
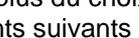
- **Picking en magasin** : la préparation des commandes est effectuée sur la surface de vente. Cette organisation n'a qu'un seul avantage : éviter d'investir dans un entrepôt mais des inconvénients : son coût et le désagrément pour les autres clients. (65% des drives 2011)
- **Picking en zone dédiée** : la préparation des commandes dans un entrepôt dédié inaccessible au public permet d'organiser le lieu en fonction des niveaux de rotation (et non par famille de produits) ce qui accroît la productivité et pourrait à terme être automatisé. (35% des drives 2011)

Le drive est un bon relais de croissance, qui ne nécessite pas d'autorisation d'ouverture, peu d'investissement en matériel, permet le recrutement de nouveaux consommateurs et de nouvelles interactions marketing par Internet.

Le gain de temps est le premier motif de recours au drive (52 % des achats ont lieu hors week-end, ce qui accroît la perception de gain de temps). Les clients mettent également en avant le fait de ne plus avoir à transporter les produits encombrants (packs d'eau, de lait, couches, ...) et l'impression de mieux gérer leur budget (moins de tentation...).

Si le panier moyen est plus élevé en drive (65 €, 31 articles) qu'en hyper (39 €, 17 articles), la fréquence d'achat est moindre (8 contre 39 par an).

● LE PARC DRIVE ET LES OUVERTURES PAR ENSEIGNE

	6 mars 2013	6 fév. 2013	Evol / 1 mois	Modèle de retrait dominant
 545	530	+ 15		
 516	511	+ 5		
 301	291	+ 10		
 225	222	+ 3		
 131	120	+ 11		
 70	68	+ 2		
 61	60	+ 1		
 59	59	-		
 54	53	+ 1		
 53	53	-		
 37	37	-		
 6	6	-		
 1	1	+ 1		
 1	1	-		


Drive Voiture
Le client s'identifie à une borne et peut ne pas s'éloigner de son véhicule
44 %
des sites


Drive Piéton
Le client doit quitter son véhicule et se présenter au point de retrait, souvent à l'accueil du magasin
56 %
des sites

En plus du choix de l'emplacement du magasin, le succès d'un magasin drive nécessite de respecter les points suivants : l'interface (site Internet) doit être fiable et facile d'utilisation, la gestion rigoureuse, la logistique efficace (pas de rupture dans la disponibilité des produits), la qualité irréprochable et fiable.

Concernant le marché des végétaux, il n'existe actuellement pas de vente en drive de végétaux d'extérieur.

Pour les végétaux d'intérieur, il n'y a pas de vente en drive en GMS, mais Florajet lance une expérience de drive piéton en 2013, et Monceau fleurs a créé un service Drive en 2012. On peut également citer les expériences originales de Serre drive Thionville, et Com drive Epinal.

Nouveau concept Florajet : la traçabilité photo

Prise de commande par internet.

Nouveau système de livraison utilisant les possibilités des smartphones.

Les clients commandent par internet.

Le fleuriste prend la photo du bouquet avant la livraison et l'envoie en signalant "votre commande va être livrée".

Au moment de la livraison, il prend la photo de la personne avec son bouquet, et l'expédie en signalant : "votre commande a été livrée".

Pour les végétaux d'ornement, les freins au développement de l'activité drive sont plus du côté des professionnels que des consommateurs car la profession n'est pas technophile, les outils disponibles et les interfaces sont peu ludiques, et les taux d'équipement de la profession sont faibles.

Clientèles et signes de qualité

› La filière fleurs équitables d'après la présentation de **Nicolas Léger (Max Havelaar France)** le 19 septembre 2012



La mission que s'est donnée l'organisation « Max Havelaar » est de créer une dynamique de développement en connectant consommateurs et producteurs défavorisés par un label qui vise à promouvoir la mise en œuvre de conditions commerciales plus justes pour les producteurs et à donner aux familles rurales défavorisées les moyens de combattre la pauvreté et de prendre en main leur avenir. Le label offre 3 types de garanties sociales et environnementales, économiques et en termes d'autonomie et de progrès.

Les opérateurs labellisés Fairtrade / Max Havelaar sont soumis à un contrôle annuel rigoureux par FLO-Cert, le seul certificateur au monde à être spécialisé dans les critères du commerce équitable, qui peut conduire à une décertification si les non conformités ne sont pas levées. La certification concerne des petits producteurs dans la plupart des filières, mais pour la fleur compte tenu des investissements nécessaires à la production, il n'y a pas de « petits producteurs » de fleurs. Ce sont des plantations qui sont certifiées.

La filière fleurs Fairtrade a été créée à l'initiative de Max Havelaar Suisse sur la base du constat d'un transfert massif de la production des fleurs coupées de l'Europe vers les pays du Sud offrant des coûts de production plus bas (climat plus favorable à la production et coûts salariaux faibles).

La situation des travailleurs de ces plantations se caractérise par :

- Une grande instabilité de l'emploi dans les plantations : absence de contrats, embauches à la journée, emplois saisonniers
- Des revenus irréguliers pour les familles de travailleurs
- Des salaires extrêmement bas, souvent en dessous des minimums légaux et bien en dessous du salaire décent permettant aux travailleurs de subvenir à leurs besoins de base
- L'absence de bénéfices sociaux dans la plupart des plantations (congés payés, congés maladies, congés maternité, primes annuelles)
- Des conditions de travail pénibles et dangereuses: longues journées, mauvaises conditions sanitaires, exposition continue aux produits chimiques nocifs, mesures de précaution et équipements de protection nettement insuffisants
- Une liberté syndicale, liberté d'association et de négociation peu respectées
- Avec une prédominance de la main d'œuvre féminine particulièrement vulnérable

Enjeux environnementaux

- Captation d'importantes ressources en eau au détriment de l'agriculture vivrière et des populations locales
- Usage intensif d'intrants chimiques entraînant une pollution des sols et des réseaux hydriques

Les standards Fairtrade vont s'attacher à améliorer chacun de ces points.

De plus, le prix de vente FOB est augmenté de 10% et la différence est prélevée pour abonder une « prime de développement » qui sert à financer des projets économiques et sociaux pour les familles des travailleurs. Des officiers de liaison Fairtrade assurent une formation des travailleurs dans le domaine des droits et de l'organisation.

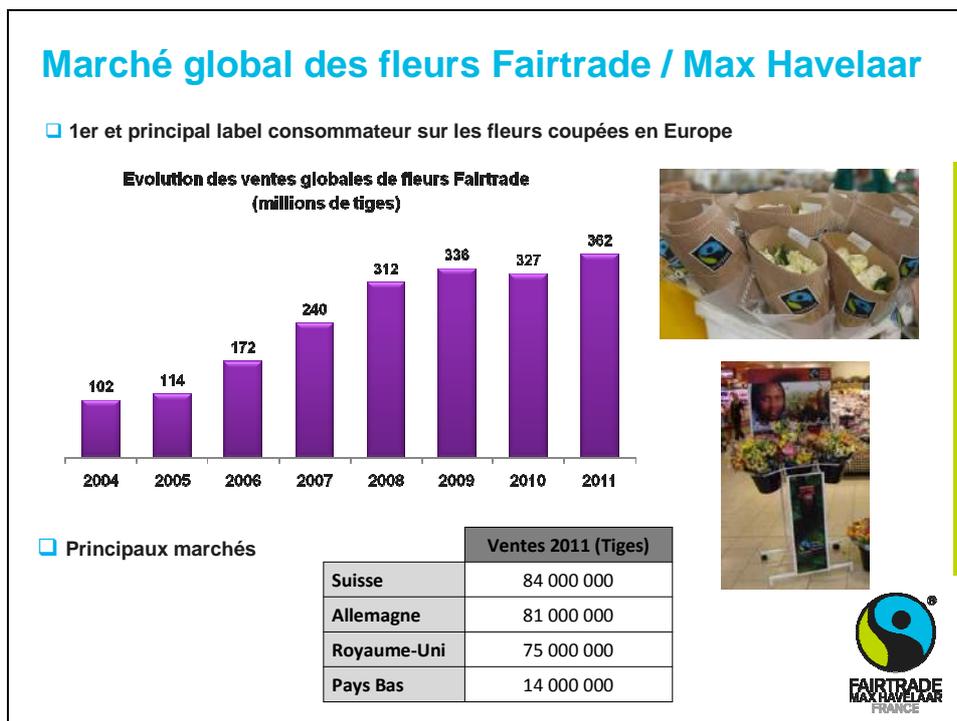
Principaux impacts observés

- Stabilisation des revenus des travailleurs et accès aux bénéfices sociaux, grâce à la généralisation des contrats à durée indéterminée
- Amélioration des relations entre travailleurs et direction et instauration d'espaces de négociation collective
- Meilleures conditions sanitaires et de sécurité que dans les plantations non certifiées
- Travailleurs mieux protégés dans l'usage des produits chimiques
- Consolidation et développement des capacités des organisations de travailleurs (joint bodies) pour la défense de leurs intérêts
- Meilleures pratiques environnementales et gestion plus durable des ressources naturelles
- Débouchés et relations commerciales plus stables

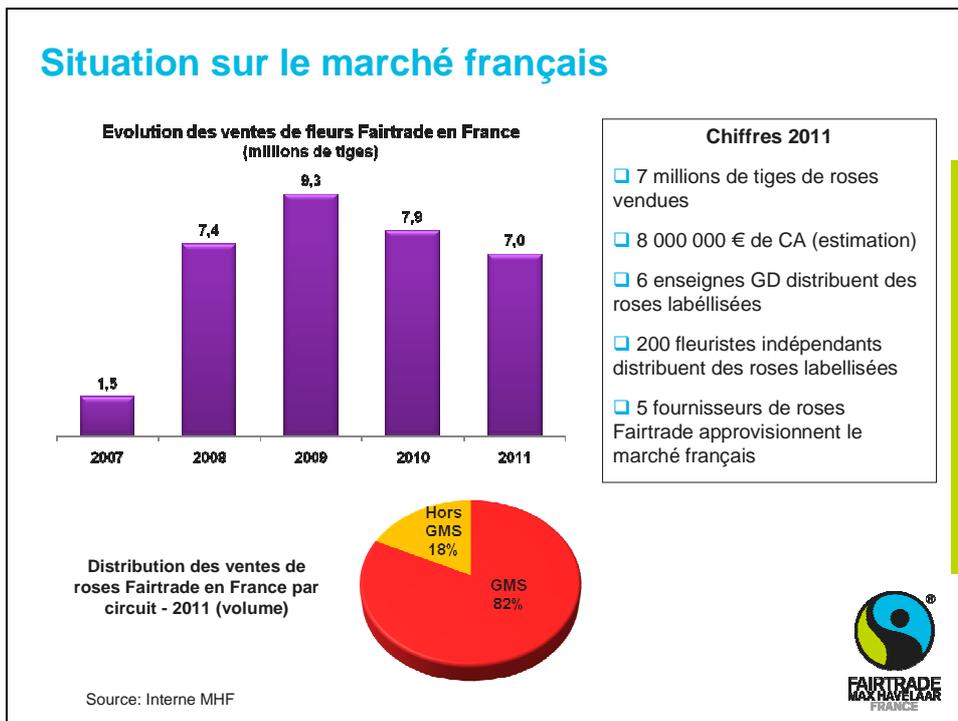
50 plantations certifiées (1500 hectares), dans 8 pays. 34 000 travailleurs bénéficient du système Fairtrade / Max Havelaar. 4,5 millions d'euros de prime de développement versés en 2010. Production totale de fleurs Fairtrade : 1,85 milliard de tiges/ an (90% de roses).

Le marché des fleurs Fairtrade

Le marché a progressé régulièrement de 2004 (102 millions de tiges) à 2009 (336 Mio tiges) et stagne depuis : (362 Mio tiges en 2011, soit 20% de la production des plantations certifiées).



Les principaux pays consommateurs sont la Suisse et l'Allemagne à plus de 80 Mio en 2011, devant le Royaume Uni (75) et les Pays Bas (14). La France, avec 7 Mio de tiges, est plus en retrait.



En France 80% des ventes se font en GD mais le secteur de fleuristes indépendants est en croissance. Ce marché est approvisionné par 5 fournisseurs.



› **Les tendances de la demande pour le végétal d'ornement** d'après la présentation de **Manuel Rucar (Chlorosphère)** le 24 octobre 2012

Manuel Rucar est un tendanceur, il est le co-fondateur de Chlorosphère (cabinet de tendances) en 2008 avec 2 associés, un marketeur et un docteur en veille stylistique. En préambule il convient de définir ce qu'est une tendance :

- C'est une modification ponctuelle plus ou moins durable des comportements de consommation.

- La plupart du temps elle est transversale à de nombreux secteurs d'activités qui a priori n'ont pas de liens apparents entre-eux.
- Elle est associée à un style, des couleurs, des matières, des produits, des valeurs.
- Chaque tendance est unique, clairement individualisée et reconnaissable.
- Plusieurs tendances coexistent sur un même marché et s'adressent à un même type de consommateur.
- Son analyse implique de s'intéresser à la sociologie, l'économie, le style, l'actualité, la vie des produits et l'innovation.

La perception des tendances est utile pour les concepteurs et fabricants de produits pour définir les couleurs, matières, design, fonctionnalités, ergonomie et usage. Elle permet aux services achats de prévoir leurs référencements, de savoir où trouver les nouveautés, de créer des gammes et de préparer les plans de merchandising et aussi de se comparer à la concurrence. Pour la mise en vente, les tendances s'expriment en terme de scénographie de conception des vitrines et des stands et bien sur de création de collections. Sur la base des tendances identifiées les service de marketing organisent le lancement des produits (stratégie de diffusion, plan média,...) et enfin la communication sur le produit (packaging, marque) ou dans les médias peut être conçue.

Pour percevoir les futures tendances, Chlorosphère a développé un dispositif de veille permanente qui s'appuie sur les supports papiers (catalogues, magazines,...) et de plus en plus sur internet et les réseaux sociaux pour suivre l'impact de certaines campagnes ou innovations. Par exemple la campagne de l'office hollandais des fleurs avec les mannequins torsés nus d'Abercrombie a suscité de nombreuses réactions et partages.

A partir de l'analyse de toutes ces informations, Chlorosphère édite chaque année un cahier de tendances pour le végétal d'ornement.

Manuel Rucar termine son intervention en comparant la filière du végétal d'ornement et celle de la mode.

1-Des produits à rotations cadencées.

Une plante ou un barbecue ne sont pas un t-shirt, néanmoins comme lui, ils ont une saisonnalité. De surcroit, les envies évoluent selon les années : couleurs, fonctionnalités, usages, valeurs, styles, design, etc.

Dès lors, si l'on sait ce qu'attend le consommateur plusieurs saisons à l'avance, pourquoi ne pas créer des collections spécifiques? D'une part, elles dynamiseraient les rayons avec des effets de gamme homogènes correctement mises en valeur, et d'autre part, elles permettraient de créer un manque sur certaines références pour mieux les relancer quelques années plus tard avec un essor décuplé. Les jardinerie sont remplies de poids morts qui, par peur de perdre la clientèle récurrente, plombent la rentabilité et rebutent souvent les nouveaux consommateurs. Pour faire rêver il faut nécessairement voir autre chose que l'habituel.

2-Passer par le cœur, pas par la tête.

Toutes les études s'accordent à dire que l'achat coup de cœur est le plus rémunérateur dans la filière. En passant d'une logique coûts/volumes à une logique de séduction par le style, quelques mutations sont à prévoir. Il suffit d'observer le tournant qu'a pris en quelques années l'univers de l'outillage. Les couleurs arrivent sur les manches des outils, les gammes semi-pro se parent d'une esthétique raffinée et robuste et tirent vers le haut ces rayons où les politiques de prix bas gagnaient du terrain. Pour préserver leurs marges et générer une nouvelle expérience de consommation, les points de ventes doivent ménager à la fois une logistique optimisée et un effet de vitrine. Vaste pari qui peut être réussi en définissant des plans merchandising suffisamment en amont grâce la connaissance des tendances de consommation par les différents acteurs.

3-Partage des risques, partage des succès.

Renforcer le lien qui uni tous les acteurs de la filière est certainement le plus grand projet qui attend notre filière. Pour avancer davantage dans la spécialisation, conférer une position concurrentielle forte à chacun, augmenter les marges et valoriser la qualité, nous devons désormais lier les acteurs à chaque étape de création de valeur (innovation, industrialisation, vente, consommation). Un des moyens passe par l'utilisation d'une information stratégique commune, accessible, et valorisante pour chaque acteur du marché. Lorsque nos clients intègrent les données sur les tendances dans leur stratégie, c'est tous les acteurs de leur métier qui en bénéficient. Les distributeurs peuvent ainsi se projeter en plus grande confiance avec leurs fournisseurs, qui eux gagnent en rentabilité et sérénité.

La recommandation de Manuel Rucar est de s'inspirer du fonctionnement structuré de la mode de façon cadencer l'offre ce qui a comme avantage complémentaire de stimuler les vendeurs placés dans un cadre changeant, munis de fiches produits et capables de conseiller en terme d'impact sur la déco des différentes plantes.

Dans ce schéma que devient le fleuriste ? un simple revendeur des produits préparés à son amont ? L'exemple d'Ikéo qui utilise le végétal comme un faire valoir qui fait vendre des cache-pots pour la déco fait réfléchir.

› **Les municipalités : échanges informels avec Fabienne Giboudeaux, adjointe au maire de Paris, chargée des espaces verts et de l'environnement, le 23 octobre 2012**

Fabienne Giboudeaux, adjointe au maire de Paris, en charge des espaces verts et de l'environnement, considère que sa délégation est passionnante, avec de nombreux retours des habitants. 4000 personnes travaillent pour le service des parcs et jardins de la ville de Paris (ce qui en fait le plus gros employeur de France spécialisé dans ce domaine).

Dans une ville de la densité de Paris, les parcs et jardins sont à la fois un sujet d'attention des habitants (et donc potentiellement porteur de vote) mais aussi le lieu de nombreux conflits d'usages. C'est le lieu où se retrouvent ceux qui n'ont pas de logement, ceux qui sont petitement logés, ceux qui ont besoin de sortir pour voir du monde, ceux qui ont besoin d'espace pour courir et crier, ceux qui ont des choses à cacher (les amoureux, les dealers,...). La gestion des cohabitations n'est jamais simple.

Les parcs et jardins, malgré leur potentiel en apport de voix, ne sont pas toujours favorisés des arbitrages budgétaires. FG n'imagine pas de compter les usagers comme cela a pu se faire à Nantes, mais elle cherche des indicateurs objectifs des bienfaits du verdissement.

Clore ou ouvrir les jardins ? Pas de doctrine dans l'absolu : ouvrir dans des endroits très passants peut rapidement transformer un jardin en place, fermer peut paradoxalement accroître l'insécurité à l'intérieur.

Dans Paris, chaque quartier a ses spécificités, ses rythmes,... Les jardins peuvent être des sujets de démocratie participative (ex l'aménagement de la place de la Réunion dans le 20ème arrondissement, qui a fait l'objet d'une consultation et d'un vote des habitants à la demande du conseil de quartier).

La ville s'est engagée vers le zéro phyto ce qui ne manque pas de rencontrer des oppositions de la part des habitants (qui ne veulent pas de mauvaises herbes) ou des jardiniers qui demandent des moyens supplémentaires pour évoluer dans leurs pratiques.

La ville de Paris dispose d'un centre horticole de 44ha à Rungis (+20ha à Achères) qui produit exclusivement pour la Ville de Paris :

- *des plantes d'extérieur pour l'ensemble des jardins de la ville Paris ;*
- *des plantes de décoration d'intérieur pour les bâtiments officiels ;*
- *3 500 arbres et 115 000 arbustes pour l'ensemble de Paris (rue, squares, parcs, jardin...).*

La ville dispose également d'un établissement de formation, l'école Du Breuil fondée en 1867, située dans le bois de Vincennes sur un domaine de 23 ha. L'école accueille chaque année environ 300 élèves, répartis en 200 élèves en formation scolaire et 100 apprentis en formation par apprentissage, de la seconde à la licence professionnelle. Elle poursuit sa mission de formation professionnelle des jardiniers, techniciens et cadres de la ville de Paris sur la question du végétal dans l'espace urbain. Depuis 2011, l'inscription aux modules de formation continue et aux conférences des rendez-vous de l'école Du Breuil est ouverte aux professionnels du paysage et de l'horticulture.

La fréquentation des jardins et notamment l'ouverture des pelouses aux pique-niques génère une quantité très importante de déchets d'emballage de repas à emporter. Augmenter le nombre de poubelles (transparentes à cause de Vigipirate) ne peut être la solution aux actes inciviques d'abandon de déchet.

Une discussion avec les distributeurs (type Daily Monop') est à organiser pour limiter le volume des emballages. Peut-on imaginer que les gens remportent leurs déchets (comme en montagne) ?

Un site de compostage a été créé dans le bois de Boulogne. Il est vraiment intéressant de constater à quel point les agents qui y travaillent en sont fiers.

Il a été localisé 300ha de toits sur lesquels il serait possible de jardiner. Une expérience est en cours sur le toit d'AgroParisTech.

Le sujet « espaces verts en ville » est politique même si on retrouve des tendances communes dans la plupart des villes. Par exemple à Paris la question de la façon de densifier oppose le PS et EELV sur les tours (les écologistes considèrent, études à l'appui, que les tours sont finalement moins denses que les immeubles haussmanniens). Boutade : « Les jardins ouvriers sont de gauche, les jardins familiaux sont de droite catho et les jardins partagés sont écolo...mais ne manquent pas de points communs ! ».

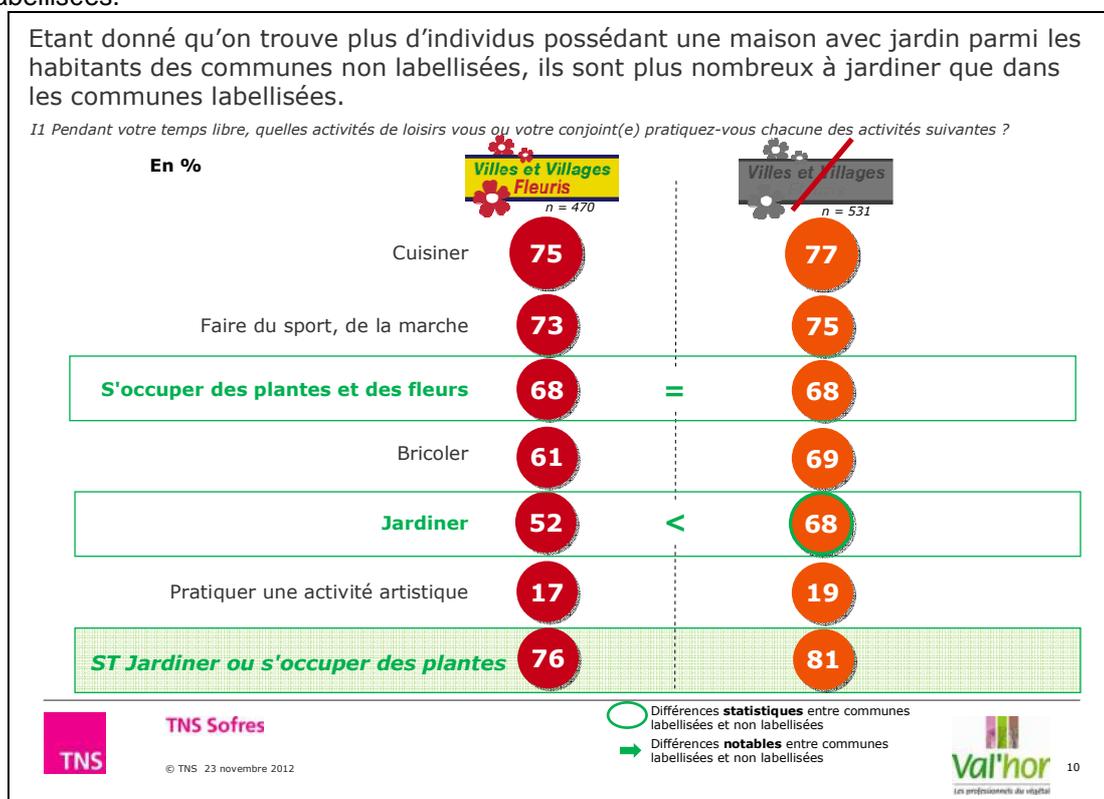
› Impact du Label « Villes et Villages Fleuris » sur la consommation de végétaux d'ornement et la perception du fleurissement des communes d'après la présentation de TNS SOFRES le 27 novembre 2012

Valhor a commandé à TNS SOFRES une étude dont l'objectif est de mesurer l'impact du label « Villes et Villages Fleuris » sur le comportement et la perception en matière de végétaux d'ornement des habitants des communes labellisées.

Il s'agit de comprendre l'impact du label sur la consommation de végétaux d'ornement mais aussi sur la perception citoyenne des habitants des communes, afin de renforcer l'efficacité des actions de promotion du végétal.

Afin d'éclairer le déclaratif ad'hoc par l'observation des comportements mensuels d'achat de végétaux d'ornement, TNS SOFRES utilise le panel de 7000 foyers dont les achats sont régulièrement suivis en précisant pour chaque foyer si sa commune de résidence est labellisée et en soumettant un sous échantillon représentatif de 1000 d'entre eux à une interview par téléphone.

L'analyse comparée des ménages du panel selon leur résidence dans une commune labellisée ou pas montre une proportion plus élevée d'individus âgés, retraités, seuls au foyer, moins de revenus élevés dans les communes labellisées. Outre des catégories d'agglomération différentes, on observe une proportion plus forte d'individus possédant un jardin ou une terrasse parmi les habitants des communes non labellisées.



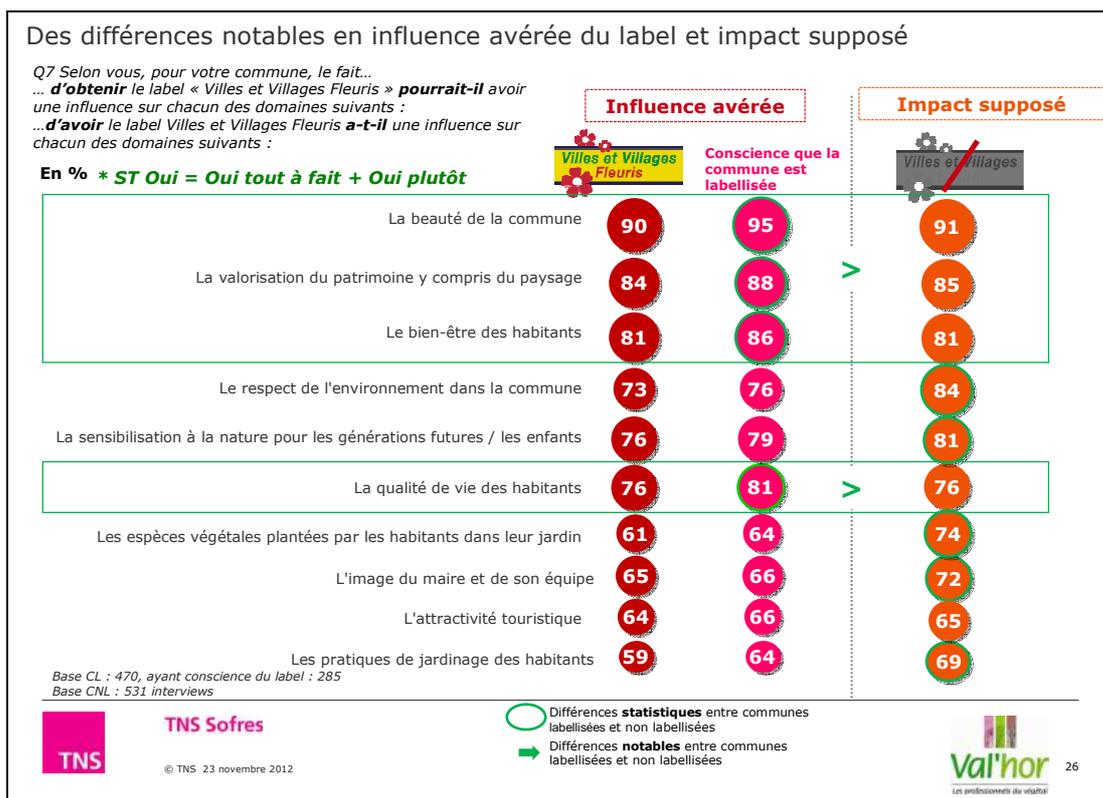
IMPACT SUR LES COMPORTEMENTS DES MENAGES

Mais lorsqu'ils jardinent, les individus des communes labellisées pratiquent cette activité un peu plus souvent que les autres, et ils s'occupent des fleurs et plantes de leur intérieur plusieurs fois par semaine. A la question : *Pouvez-vous me citer tous les labels, récompenses ou distinctions qui sont attribués aux communes?* « Villes et Villages Fleuris » est le label cité le plus souvent spontanément nettement devant les autres labels cités.

Les habitants des communes labellisées sont près de 2/3 à citer spontanément le label (contre 56% des habitants des autres communes) et à avoir conscience que leur commune bénéficie de ce label.

En déclaratif, les habitants des communes labellisées affirment que le label n'a pas d'influence sur leur fréquence d'achat de fleurs, plantes arbres pour le jardin, la terrasse, balcon ou rebord de fenêtre, ni sur la quantité de végétaux utilisés, pas plus que sur les lieux d'achats même si ceux qui habitent une commune labellisée et encore plus, ceux qui en ont conscience, dépensent plus en achats de végétaux que les autres.

IMPACT SUR LA VIE DE LA COMMUNE



79% des habitants des communes non labellisées seraient favorables à ce que leur commune entreprenne une démarche pour obtenir le label « Villes et Villages Fleuris »

CONCLUSION

Un impact modéré du label sur la **consommation de végétaux d'extérieur** : dans les communes labellisées, en moyenne par an et par foyer chez ceux qui jardinent et ont conscience du label : **193,40€** versus **165,90€** pour les foyers qui jardinent des communes non labellisées.

Une meilleure satisfaction des actions de la commune en matière de fleurissement, notamment quand on a conscience du label (note de satisfaction sur 10) :

- **Fleurissement de la commune** : 7,8 vs 6,4
- **Espaces verts, parcs et jardins** : 7,5 vs 6,5
- **Mise en valeur du patrimoine** : 7,3 vs 6,6

Une meilleure image de la commune et de la qualité de vie qu'on y a, notamment lorsque l'on a conscience du label :

- **J'ai la chance de vivre dans une commune fleurie** : 91% vs 69%
- **Je découvre des plantes et fleurs que je ne connais pas** : 79% vs 59%

Un label **attendu, désiré** par les habitants des communes qui ne l'ont pas encore : **79%** seraient favorables à l'obtention du label.

Même si les actions de communication des communes / la mise en avant des végétaux utilisés par les communes chez les professionnels du végétal sont perçues par les habitants / consommateurs ; des souhaits émergent :

- Vis-à-vis des **professionnels** : **46 %** souhaiteraient davantage de mise en avant (signalétiques / regroupements)
- Vis-à-vis de la **commune** : **31%** souhaiteraient davantage de communication (journal municipal, Internet, prospectus)

Tout cela dans une **démarche citoyenne** : près des deux-tiers des français, habitants dans une commune labellisée (**59%**) ou dans une commune non labellisée (**58%**) seraient d'accord pour faire des économies en matière de fleurissement :

- **Moins de fleurs** : **38%** vs **36%**
- **Changer de type de fleurs** : **37%** vs **23%**

› **Plantes d'Île de France : une marque pour l'horticulture francilienne** d'après la présentation de Jérôme Kohn, directeur du CERVIA le 10 avril 2013

Le CERVIA (centre régional de valorisation et d'innovation agricole et alimentaire) a été créé en 2007 par la fusion du centre régional d'innovation et de transfert de technologies (CRITT IAA) et du centre de promotion des produits agricoles d'Île de France. C'est un organisme associé du conseil régional d'Île de France dédié au soutien et à l'accompagnement des entreprises agricoles et agroalimentaires franciliennes ainsi qu'à la valorisation des produits, des métiers, des filières et des territoires. Les publics cibles du CERVIA sont les professionnels de l'alimentaire, les partenaires et les institutionnels et la presse. Son rôle est de développer une image agricole et alimentaire pour l'Île de France, accompagner les filières et les entreprises, être l'organisme ressource, expert et facilitateur auprès de ces publics.



Perçu à tort comme essentiellement urbain, le territoire d'Île-de-France est constitué à 50% de terres agricoles, à 23% de bois et forêts ; « seulement » 21% de sa superficie est urbaine.

PLANTES D'ÎLE DE FRANCE

Les entreprises horticoles qui signent la charte d'engagement « talents d'Île de France » peuvent bénéficier pour leurs produits de la marque « plantes d'Île de France ».

D'une façon générale et obligatoire, les entreprises signataires de la charte « talents d'Île de France » doivent impérativement :

- Relever du secteur agricole et uniquement du secteur horticole en Île de France ;
- Cultiver et produire majoritairement en Île de France en répondant au cadre légal d'activité de production dans le secteur de l'horticulture (cadre qui précise l'activité et la part de temps ou de développement de la plante qui doit avoir lieu en région IdF)
- Être à jour de ses obligations fiscales et sociales et respecter la réglementation en vigueur.

Une charte en vingt points

- Valorisation du patrimoine régional
- Préserver l'environnement régional avec notamment l'adhésion au dispositif Plantes Bleue et la participation à des travaux d'Astredhor.
- Dynamiser l'économie régionale

Une commission d'agrément des entreprises et de leurs gammes valide la déclaration de l'entreprise. Des visites de suivi ont lieu pour que les entreprises progressent. Ce dispositif est gratuit pour les entreprises.

Le CERVIA fournit un kit de communication, initie des actions collectives de communications tournées vers le grand public, accompagne les entreprises sur les salons professionnels, travaille en lobbying pour sensibiliser les collectivités à l'achat de végétaux régionaux (en s'inspirant de l'« arrêté cantine » pour l'approvisionnement de proximité).

Le CERVIA soutient le conservatoire de végétaux et tente, notamment par des visites de producteurs à la station d'expérimentation, de faire remettre en production les plantes « endogènes » sur la base de la liste de 130 plantes établie pour l'Île de France.

La labellisation plantes d'Île de France n'est bien sûr pas limitée aux plantes endogènes mais s'étend aux plantes produites en région, qui ont connu au moins 70% de leur développement en région, à l'exclusion des plantes qui font référence à une autre région, en particulier celles du sud.

18 gammes et producteurs sont sous marque « plantes d'Île de France » sur les 80 producteurs recensés dans la région.

Deuxième partie : Méthodologie

Les principes de la méthode de prospective utilisée

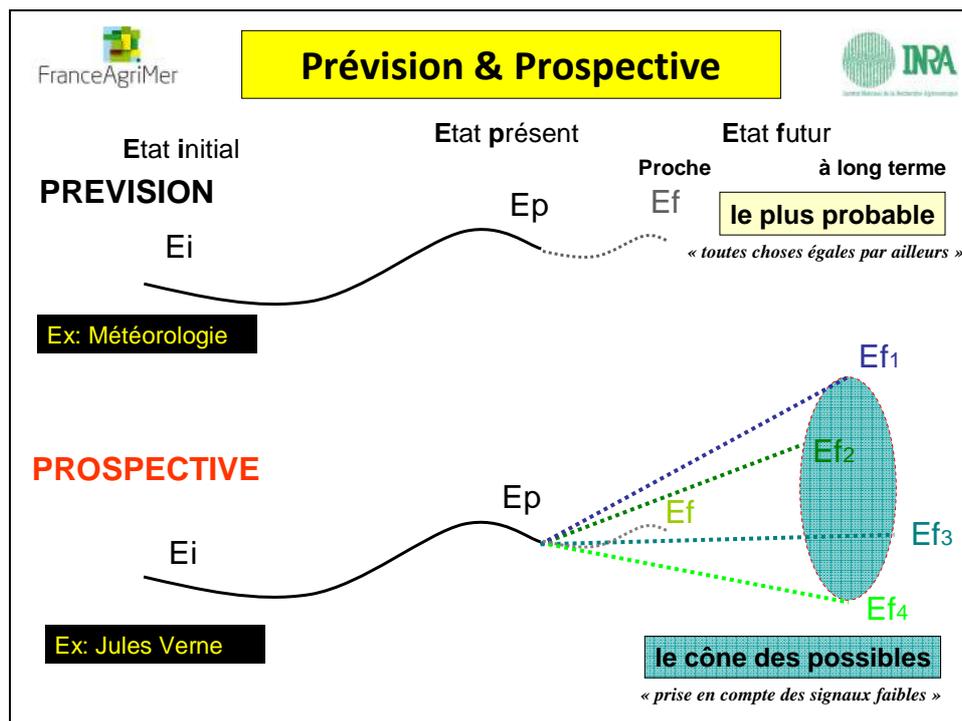
« *Demain est moins à découvrir qu'à inventer* » Gaston Berger

› Qu'est-ce qu'une prospective ?

La paternité du terme de « prospective » revient à Gaston Berger, et date de 1957, lors de la création de la revue éponyme. Berger défend l'idée d'une « Science de l'homme à venir » [1955]. Les premiers prospectivistes sont philosophes, historiens ou sociologues. Mais avec le temps, la prospective s'élargit vers d'autres disciplines ou champs de recherche, jusqu'à recouvrir des réalités et des champs d'études très différents.

On peut identifier deux écoles principales se réclamant de la prospective, différenciées par leur plus ou moins grand « pragmatisme » :

- L'école française se fonde sur un état d'esprit, une attitude consistant à « voir loin, large et profond » [Berger (1958)] ; le but est d'anticiper l'avenir, de concevoir celui-ci comme « une construction en devenir » [de Jouvenel (1999)].
- L'approche anglo-saxonne, en comparaison, est plus fonctionnelle : la « futurology » s'efforce de probabiliser les futurs possibles, les « futures research » cherchent à systématiser la réflexion prospective afin de dépasser le simple « état d'esprit » et construire une véritable méthodologie. « *Foresight is a systematic process for exploring the future in order to determine policy options* » [Chen, Chau, Zang (2002)].



Les différents courants s'accordent toutefois sur une définition de la prospective qui serait : « A partir d'un état décrit de la réalité actuelle (étude synchronique), identifier et explorer les devenirs possibles de cette réalité » (étude diachronique). L'avenir à long terme (15 – 25 ans) n'est pas prévisible par le seul prolongement des tendances. Aussi considère-t-on ici que prospective n'est pas prévision.

Les points communs aux différentes méthodes de prospective

- Une attention particulière est apportée à la définition de la question
- L'approche est pluridisciplinaire (avec des degrés d'intégration variables) et systémique [Probst (1989)]. Elle accepte la complexité [Morin (1990)] comme reflet du réel.

- L'analyse débute par un bilan le plus précis possible de l'état actuel et passé du système étudié et de sa dynamique constatée - rétrospective -, et ce à l'aide de différents moyens : bibliographiques bien sûr, expertises, mais aussi, selon les cas, graphiques...
- Une attention particulière est apportée, non seulement aux tendances récentes ou lourdes, mais aussi aux facteurs de rupture, signaux faibles...
- Cette phase de diagnostic aboutit à une représentation commune (*aux personnes associées de près à l'exercice et qui travailleront à l'anticipation*) du système (*degrés de formalisation et outils de représentation variables selon les méthodes*)
- En règle générale, plusieurs histoires de futurs possibles sont élaborées : ces scénarios, sont conçus comme l'enchaînement d'hypothèses, reflets de l'état de variables considérées à l'analyse comme déterminantes pour l'avenir du système étudié. (Définition des scénarios [Kahn & Wiener 1967]: « séquences d'événements hypothétiques construites pour mettre en évidence les processus causaux et les enjeux de décision »)
- Ces scénarios sont utilisés pour éclairer, voire pour accompagner la décision stratégique (*cette ultime phase est intégrée à des degrés divers selon les méthodologies, et peut faire appel à des outils probabilistes pour aider à cette décision*)

La prospective ne cherche pas à définir l'état du futur le plus probable. Au contraire, elle cherche à ouvrir le champ des futurs possibles. « (...) pour le prospectiviste, le futur est ouvert, objet de projet, d'intention et de volonté. Ce qui ne veut pas dire, bien au contraire que le présent importe peu mais il ne détermine pas de manière irrémédiable le futur(...) » (Sebillotte et Sebillotte, 2002).

La réalité actuelle ou dans le futur est complexe et peut être analysée de différents points de vue, notamment disciplinaires. Dans un exercice d'anticipation, s'intéresser à cette complexité suppose dans un premier temps de tenter d'en cerner les différents aspects dans toutes leurs diversités et le travail passe donc par un étirement, une mise à plat de cette complexité, que dans un second temps il s'agit de progressivement réduire pour mener pratiquement à bien l'exercice d'anticipation. Cette réduction de la complexité doit se faire sans a priori en avoir exclu telle ou telle composante mais en s'offrant la possibilité de raisonner ses choix.

La prospective est un exercice collectif d'écriture de scénarios conduisant à plusieurs futurs possibles. L'analyse de leurs conséquences va servir de base aux réflexions stratégiques et ainsi permettre aux décideurs et aux chercheurs « *de revenir au présent, mieux armés pour l'infléchir selon nos intentions et nos exigences* » (Sebillotte et Sebillotte, 2002). Les scénarios permettent ainsi de « provoquer » les acteurs pour construire leur avenir; la pertinence des scénarios induit des attitudes réactives et proactives qui vont constituer une des bases des stratégies.

Les attitudes stratégiques sont :

- soit d'ordre réactif par anticipation : si ce scénario venait à se dérouler, que faudrait-il faire pour s'y préparer au mieux ? Faut-il se mettre en veille pour le voir advenir ?
- soit d'ordre proactif : ce scénario me (nous) paraît souhaitable que faire pour en favoriser la survenue ? ou à l'inverse comment agir pour empêcher qu'un scénario redoutable ne se déroule ?

A partir des scénarios, la prospective encourage à la réflexion et à l'action collective sans occulter les lignes de débats entre les intérêts divergents des acteurs. Les quels intérêts pourront être pris en charge ultérieurement grâce à des exercices de prospective spécifique, effectués en déclinaison de l'exercice général à la demande de familles professionnelles ou d'entité géographiques infranationales.

› La méthode SYSPAHMM

La méthode SYSPAHMM (SYStème-Processus-Agrégat d'Hypothèses-Microscénarios-Macrosénarios) a été développée dès le début des années 1990 à l'INRA en France par Michel Sebillotte puis améliorée et formalisée par Michel et Clementina Sebillotte dans les années 2000. À grands traits, elle se distingue des autres procédés au sens où elle insiste sur :

- la nécessité de confier à l'ensemble des experts eux-mêmes, accompagnés par un noyau d'animateurs, qui ensemble constituent la cellule d'animation de l'exercice prospectif, l'identification des « pièces de base » des scénarios
- sur la base d'un croisement de leurs savoirs fondamentaux ...
- ... partagés sur un fond de carte dénommé « représentation commune du système ».

La méthode Syspahmm impose la construction d'une représentation commune d'hypothèses au potentiel destructeur ou constructeur de tendances pour l'avenir.

L'organisation du travail s'appuie sur deux structures :

- La cellule d'animation : un ensemble d'une vingtaine de personnes, spécialistes du sujet de l'exercice ou particulièrement intéressés à l'exercice prospectif, s'engageant à une participation *intuitu personae*, à 12 séances de travail sur environ 18 mois (1 séance toute les 6 semaines en moyenne), ponctuellement accompagnée de travaux limités entre ces séances. Ce sont ces personnes qui mettront en œuvre, pas à pas, la démarche proposée, avec l'assistance du « noyau permanent », et le recours, si jugé nécessaire, ponctuellement à des experts additionnels.

- Le noyau permanent : un petit groupe de personnes assurant l'animation de la démarche, la très grande majorité du travail entre les réunions régulières de la cellule d'animation, ainsi que le secrétariat.

Ce temps d'appropriation des concepts et savoirs des autres spécialistes, et de construction d'une représentation commune sont parfois dénoncés comme des facteurs de coûts élevés or il permet une élaboration par l'ensemble des experts de la cellule d'animation de l'ensemble du corpus d'hypothèses. Les pièces de base des futurs scénarios seront autant d'os des futurs squelettes, d'atomes des futures molécules ou de pierres qui baliseront les chemins que seront les scénarios... Elles sont appelées « hypothèses ».

Qu'est-ce qu'une hypothèse ? Une hypothèse est une phrase courte dont on sait exprimer l'inverse (rédaction sous la forme de son affirmation d'une part, et son versus d'autre part) et dont le sujet paraît suffisamment important pour l'avenir (échéance de 15 / 25 ans) de sorte qu'elle est susceptible d'influencer la trajectoire du système considéré.

Elles sont représentées, à l'image de pièces de monnaie invariablement par un libellé recto accompagné d'un libellé verso. Utiliser une hypothèse, après en avoir écrit le recto et le verso, revient à considérer le potentiel de ces deux possibilités et évite de postuler a priori l'occurrence du recto ou du verso

Formuler une hypothèse permet de ne pas se prononcer sur sa réalisation à l'avenir (abandon de l'aspect probabiliste) tout en considérant que son objet peut influencer sur l'avenir du système et donc contribuer à définir un futur possible. S'obliger à écrire le recto et le verso d'une hypothèse induit son caractère élémentaire. En effet il n'est déjà parfois pas si évident de savoir quel est le verso d'une phrase simple (exemple : le verso de « la consommation diminue » est-ce « la consommation stagne » ou « la consommation croit » ?).

Les hypothèses sont parfois inspirées par des faits actuellement minoritaires, des « signaux faibles » mais dont on imagine un développement aux conséquences importantes.

À noter à ce stade que certaines hypothèses sont présentées comme fixées sur un seul côté (recto ou verso) au sens où, à dire d'experts, leur variabilité n'est pas envisagée avant le terme de l'étude. Par exemple les différentes prévisions démographiques à 20 ans sont très proches les unes des autres et peuvent être considérées comme un invariant. Par contre, à 50 ans, différentes théories s'affrontent et les estimations sur la population mondiale s'éloignent les unes des autres.

Les influences et les dépendances mutuelles des hypothèses

La créativité du groupe et la richesse des thèmes explorés conduisent à l'écriture d'un trop grand nombre d'hypothèses parmi les quelles un tri raisonné doit être effectué. Le « modèle » central de la méthode SYSPAHMM est alors constitué par une matrice, qui vient consigner les influences de toutes les hypothèses retenues sur les autres, et par là-même alors également les dépendances les unes des autres. Ces influences peuvent être positives (la réalisation d'une hypothèse « Hi » favorise celle d'une autre « Hj ») ou négatives (la réalisation d'une hypothèse « Hi » défavorise celle d'une autre « Hj ») voire nulle (le plus souvent).

Une première analyse de la matrice consiste à repérer la position des hypothèses selon leurs degrés d'influence et de dépendance mutuels. Le niveau d'influence d'une hypothèse « Hi » sur une autre hypothèse se définit comme le nombre de fois où l'hypothèse « Hi » exerce une influence directe sur une autre hypothèse, tandis que le niveau de dépendance de l'hypothèse « Hi » se définit comme le nombre de fois où elle est sous l'influence d'une autre hypothèse.

Le traitement des relations entre hypothèses pour faire émerger des microscénarios

Influe sur	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8
H1		0	0	0	0	0	0	0
H2	0		+/-	0	0	0	+	0
H3	0	0		0	0	0	0	0
H4	0	-	0		0	0	0	0
H5	0	0	0	0		0	0	0
H6	0	0	+	0	+		0	0
H7	0	+	0	0	0	0		0
H8	-	0	0	0	0	0	-	0

La réalisation de l'hypothèse H3 influe, mais on ne peut préciser dans quel sens privilégié, sur l'occurrence de l'hypothèse H2

La réalisation de l'hypothèse H1 influe négativement sur l'occurrence de l'hypothèse H8

La réalisation de l'hypothèse H5 influe positivement sur l'occurrence de l'hypothèse H6

Le degré d'influence / dépendance de ces hypothèses peut être analysé par un logiciel adapté (d'analyse de contenu – cf. encadré ci-après : Logiciel HClusterizer) qui en déduit pour l'ensemble des hypothèses une représentation sous la forme d'agrégats dans lesquels les hypothèses incluses sont davantage liées entre elles qu'avec celles des autres agrégats... Ces agrégats esquissent alors les squelettes des futurs scénarios. Une hypothèse de départ appelée hypothèse motrice, généralement la plus influente sur les autres hypothèses de l'agrégat, est choisie. Ensuite, on s'oblige à commencer une première histoire en la faisant débiter par le recto de cette hypothèse mais aussi une seconde qui commence par le verso de cette même hypothèse. Si on ajoute à cela que certains agrégats appellent 2 voire 3 hypothèses motrices, on conçoit qu'un agrégat puisse générer 4 ou 8 scénarios. Ces scénarios sont alors en réalité des micro-scénarios puisque relevant d'agrégats distincts, c'est-à-dire ne comportant pas d'hypothèses communes.

Après avoir étudié les relations entre les hypothèses et les avoir représentées graphiquement, le noyau permanent a élaboré les micro-scénarios. La construction de scénarios met en évidence, plus que toutes prévisions, une intelligibilité du système et de ses principales clefs de voûte actuelles. Les microscénarios sont aussi un moyen privilégié d'établir des ponts entre disciplines et de réduire les effets pernecieux de leur hyperspécialisation. « *L'intérêt de la démarche est que, 'banal' ou 'excessif', un microscénario met en cause, directement ou indirectement, le fonctionnement de l'organisation et oblige donc à se reposer des questions ou à vérifier que ses conséquences sont bien prises en compte soit dans les stratégies, soit dans le fonctionnement du système. C'est donc bien une aide à l'organisation du changement* » (Sebillotte et Sebillotte, 2002).

Les microscénarios constituent l'aboutissement de la démarche prospective par la méthode SYSPAHMM. Mais, en réalité la démarche ne prend tout son sens que quand les commanditaires s'approprient les résultats, au point d'être en mesure d'en analyser les enjeux et les conséquences, afin de pouvoir conclure quant aux directions stratégiques qui peuvent en découler : stratégie de réactivité anticipée ou de proactivité notamment.

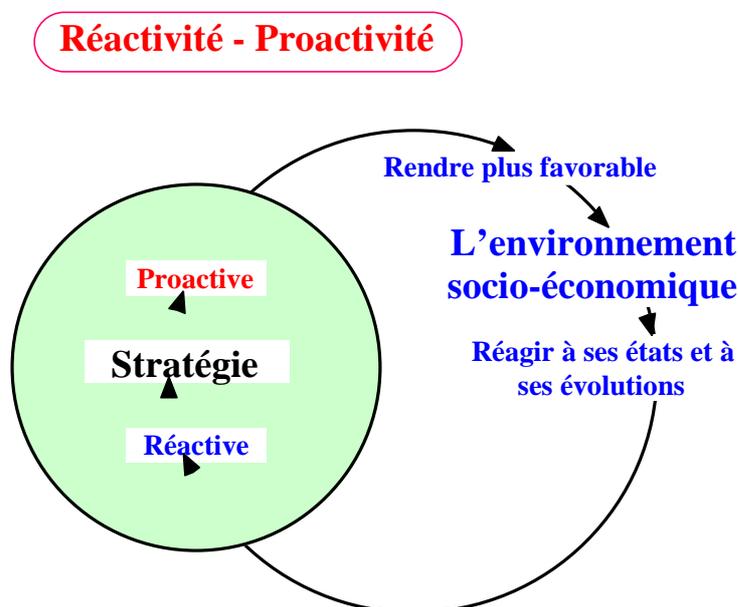
Ainsi, en prolongement de la méthode SYSPAHMM, une nouvelle matrice constituée des hypothèses motrices et des hypothèses de sortie des agrégats issus du traitement précédent est construite. Son analyse par le logiciel génère un plus petit nombre d'agrégats et par suite un nombre limité d'histoires. Lesquelles histoires sont ensuite concaténées de façon à constituer les grands scénarios des futurs possibles. Les principes de cohérence, de plausabilité et de pertinence (démarche « morphologique ») sont mis en avant pour retenir les combinaisons qui servent de squelette aux grands scénarios.

› Comment s'en servir ? La nécessaire appropriation par les acteurs professionnels

Pour que les objectifs soient atteints, un aspect primordial est à prendre en compte : l'appropriation de l'étude par les acteurs de la filière. Ceci constitue un enjeu majeur qui ne doit pas être perdu de vue tout au long du déroulement de l'exercice. De fait, ce dernier se doit de proposer aux initiateurs un cadre de démonstration auquel la majorité des partenaires participe et adhère. Dans ce sens, ce n'est qu'une fois que le décideur est pénétré de la gamme des futurs possibles qu'il devient envisageable de l'aider à décider de manière plus pertinente. Ainsi, même si la prospective répond à une commande qui fixe, dans une certaine mesure, un cahier des charges pour le travail à entreprendre, il faut considérer que la décision n'est pas un acte bref dans le temps, mais bien un « processus qui mûrit à son rythme ». L'idée est de maintenir, tout au long de l'étude et autant que faire se peut, le champ des possibles grand ouvert afin de se prémunir d'un risque majeur : un resserrement trop rapide sur le champ de la décision.

Il s'agit donc d'élaborer et de proposer aux acteurs des scénarios pour l'avenir de la filière F&L, d'en éclairer les impacts afin qu'ils puissent servir de base à des stratégies gagnantes servies par des politiques adaptées. Les enjeux et conséquences alors mis en évidence peuvent ensuite être traduits en orientations stratégiques aux différents niveaux de la filière.

Schéma : Les évolutions de l'organisation face aux évolutions de son environnement socio-économique (Sebillotte 2002)



Outil de traitement des informations matricielles utilisé dans le cadre de l'étude : HClusterizer

But et fonctionnement du logiciel :

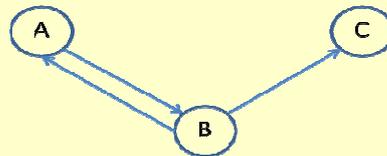
Le but du logiciel HClusterizer est d'automatiser la création d'agrégats d'hypothèses afin de faciliter la rédaction de microscénarios.

Pour cela, une matrice d'hypothèses H en format .xls est donnée en entrée à l'algorithme. Si l'on considère que l'hypothèse i influence l'hypothèse j , alors $H_{i,j} = 1$, sinon $H_{i,j} = 0$. En sortie, on obtient la matrice H' également au format .xls qui contient les agrégats d'hypothèses le long de la diagonale.

HClusterizer a été développé en C#. Il se présente sous la forme d'une interface simple permettant de régler divers paramètres :

- les fichiers d'entrée et de sortie,
- les contraintes sur la taille des agrégats,
- les valeurs attribuées aux liens selon leurs rangs et un bonus de lien réciproque.

La notion de rang d'un lien vient de la théorie des graphes : le rang d'un lien correspond à la taille du chemin le plus court entre deux nœuds d'un graphe. Ainsi, pour le graphe suivant :



Il y a un lien de rang 1 entre A et B, B et A et B et C. Les nœuds A et C ont quant à eux un lien de rang 2. A et B auraient un bonus de lien réciproque.

Fonctionnement de l'algorithme

Comme il est difficile d'utiliser un algorithme de *clustering* classique (tel que l'algorithme des K-moyennes) tout en respectant les contraintes de tailles des agrégats. Il a été choisi de procéder en deux étapes :

- permutation des hypothèses afin que les valeurs de liens les plus fortes soient les plus proches possibles de la diagonale ;

- création des agrégats donnant le meilleur taux de signes contenus dans les agrégats tout en respectant les contraintes.

La première étape ne travaille pas directement sur les signes contenus dans la matrice initiale mais sur les valeurs attribuées aux liens en fonction de leurs rangs. Une fois ces valeurs calculées, on utilise l'algorithme du recuit simulé.

Il a été introduit par Scott Kirkpatrick, C. Daniel Gelatt and Mario P. Vecchi en 1983 dans l'article "*Optimization by Simulated Annealing*". Science 220(4598): 671–68. Cet algorithme fait partie de la classe des méta-heuristiques, à savoir des algorithmes tentant de trouver la solution optimale à un problème à la combinatoire élevée. Un grand nombre de permutations d'hypothèses sont testées pour tenter d'obtenir la solution optimale.

Lors de la deuxième étape, on va tester toutes les combinaisons d'agrégats respectant les contraintes de tailles, et conserver celle qui contient le plus de signe à l'intérieur des agrégats.

La mise en œuvre de la méthode SYSPAHMM pour la prospective filière du végétal d'ornement

› De quoi parle-t-on ? Le travail de représentation commune du système

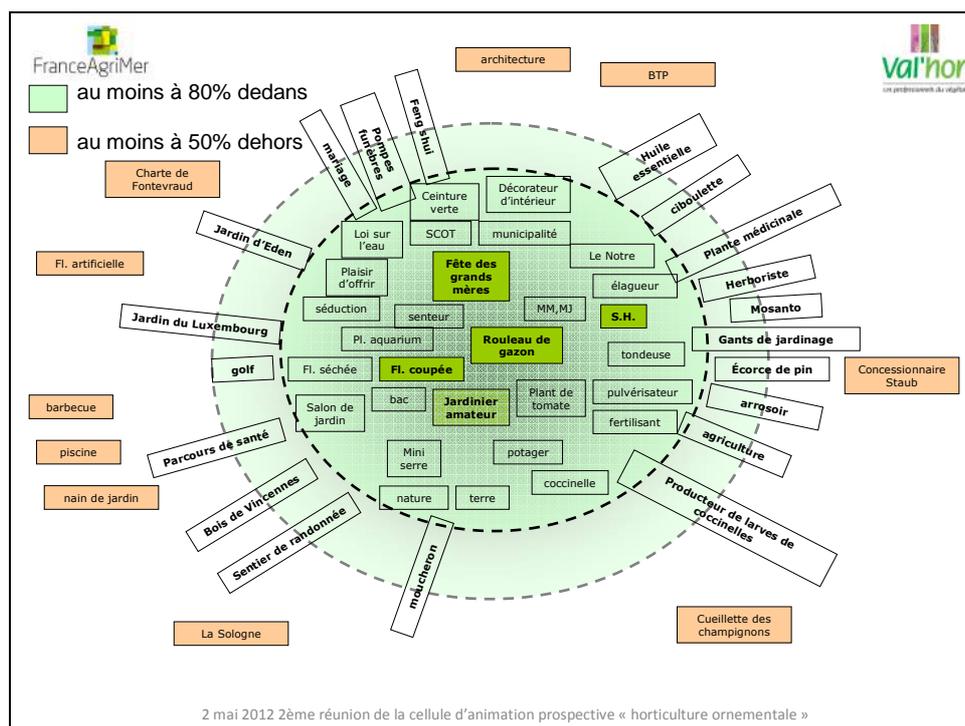
La représentation du système tel que défini par M. Sebillotte : « *Le système est (au sens opératoire) un ensemble d'éléments en interrelations dynamiques qui forment un tout avec des propriétés spécifiques qui résultent précisément de l'agencement des éléments et des relations qu'ils entretiennent entre eux* » (Sebillotte et Sebillotte, 2002), est une étape importante de la construction d'un référentiel commun aux personnes associées à l'exercice qui travailleront à l'anticipation.

Cette représentation permet un dialogue entre experts sans « négociation » ; elle vise à :

- donner le même sens aux mêmes mots
- permettre de progresser dans la connaissance du système par la transdisciplinarité
- devenir une plate-forme commune de débat et de connaissances

En effet chacun dispose d'une vision de la réalité au travers d'un prisme subjectif déformant qui généralement survalorise son domaine de spécialité et le domaine fantasmé qui en est le plus éloigné.

Pour le présent exercice cette construction s'est faite grâce à plusieurs activités, dont un premier travail de « limite de système », au cours duquel chacun est invité à positionner les items d'une liste « dedans ou dehors » de la « filière du végétal d'ornement ». Ce travail, très précoce dans l'exercice prospectif, permet de visualiser les différences de points de vue des uns et des autres, et des différences de positionnement de certains produits ou acteurs qui pourraient sembler proches. « *Par le dialogue qu'elle exige entre les membres du groupe, la construction de la représentation graphique entraîne son partage par tous les membres, condition nécessaire pour leur adhésion à la suite du travail* »⁴.



Extrait du compte rendu du débat sur l'exercice de limite :

(...)Une dizaine d'items ont été majoritairement mis hors de la filière. Côté production, le « concessionnaire Staub » est sorti alors que la tondeuse est totalement dans le système. La plupart des paysages et des usages de sport et loisir des espaces naturels aménagés ont été cotés majoritairement dans la filière (Jardin du Luxembourg, golf, Parcours de santé, bois de Vincennes, sentier de randonnée) mais pas la Sologne ni la cueillette des champignons. Pour les usages d'agrément, seul le salon de jardin

⁴ Sébillotte M, Aigrain P, Hannin H, Sébillotte C, « prospective Vignes et Vins, Scénarios et défis pour la recherche et les acteurs », 2003

est intégré à la filière alors que piscine, barbecue et nain de jardin sont majoritairement exclus (mais néanmoins, défendus par au moins un des votants comme tout à fait à l'intérieur de la filière). La fleur artificielle (ou synthétique) est également notée dehors alors que la frontière entre le naturel et le synthétique est devenue floue avec les plantes « semi naturelles » et que, dans la discussion, cette fleur artificielle apparait comme un complément de gamme utile pour « végétaliser » des espaces trop pollués, ou trop sombres,... pour espérer la survie d'une plante naturelle. La discussion s'ouvre sur l'utilisation d'images du végétal dans les aménagements.(...) Certains sujets, certains mots suscitent débats et controverses. La diversité des services et des produits issus de la filière a tendance à en effacer les limites. Pourtant, il va falloir s'accorder sur l'intitulé de l'exercice. L'expression « filière horticulture ornementale » semblant trop marquée par la production agricole, l'expression « filière du végétal d'ornement » reflète-t-elle toute la filière et l'ensemble de ses productions (services et produits) ?

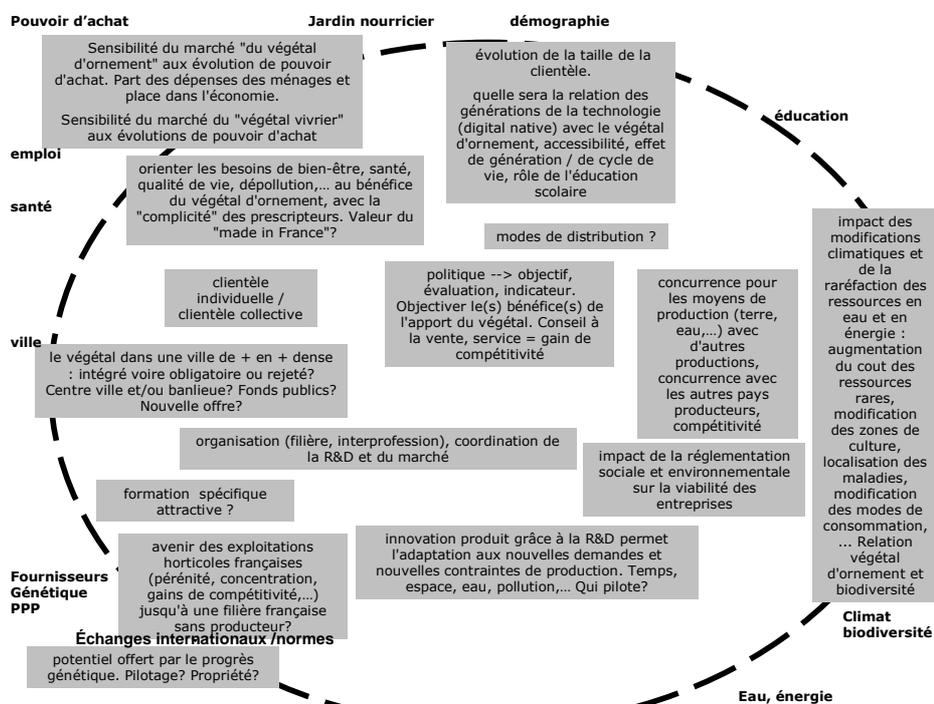
Une deuxième approche à consister à rechercher collectivement les sujets porteurs d'enjeux par un exercice de Métaplan. Pour ce faire, chaque participant doit inscrire sur des papiers repositionnables ses questions, remarques, interrogations pour l'avenir de la filière en réponse aux questionnements suivants :

- « Quelles sont les 1 à 3 questions majeures de votre point de vue pour l'avenir à 15-20 ans de la filière horticulture d'ornement française ? »
- « Quelles sont les opportunités et menaces qui pèsent sur elle à 15-20 ans ? »

Les sujets identifiés concernent aussi bien l'intérieur de la filière que son environnement.

Les thèmes de regroupement qui émergent des réponses obtenues se déclinent comme suit :

- Potentiel offert par le progrès génétique
- Recherche, innovation ? quel pilotage ? quelle coordination ?
- Démographie et pérennité des exploitations
- Règlementation sociale et environnementale
- Impact du changement climatique / compétition pour les ressources naturelles
- Attractivité des formations et des métiers
- Clientèle individuelle et collective
- Objectiver les bénéfices de l'apport du végétal pour une prescription efficace
- Evolution de la clientèle des particuliers ; pouvoir d'achat, attrait pour les technologies,...



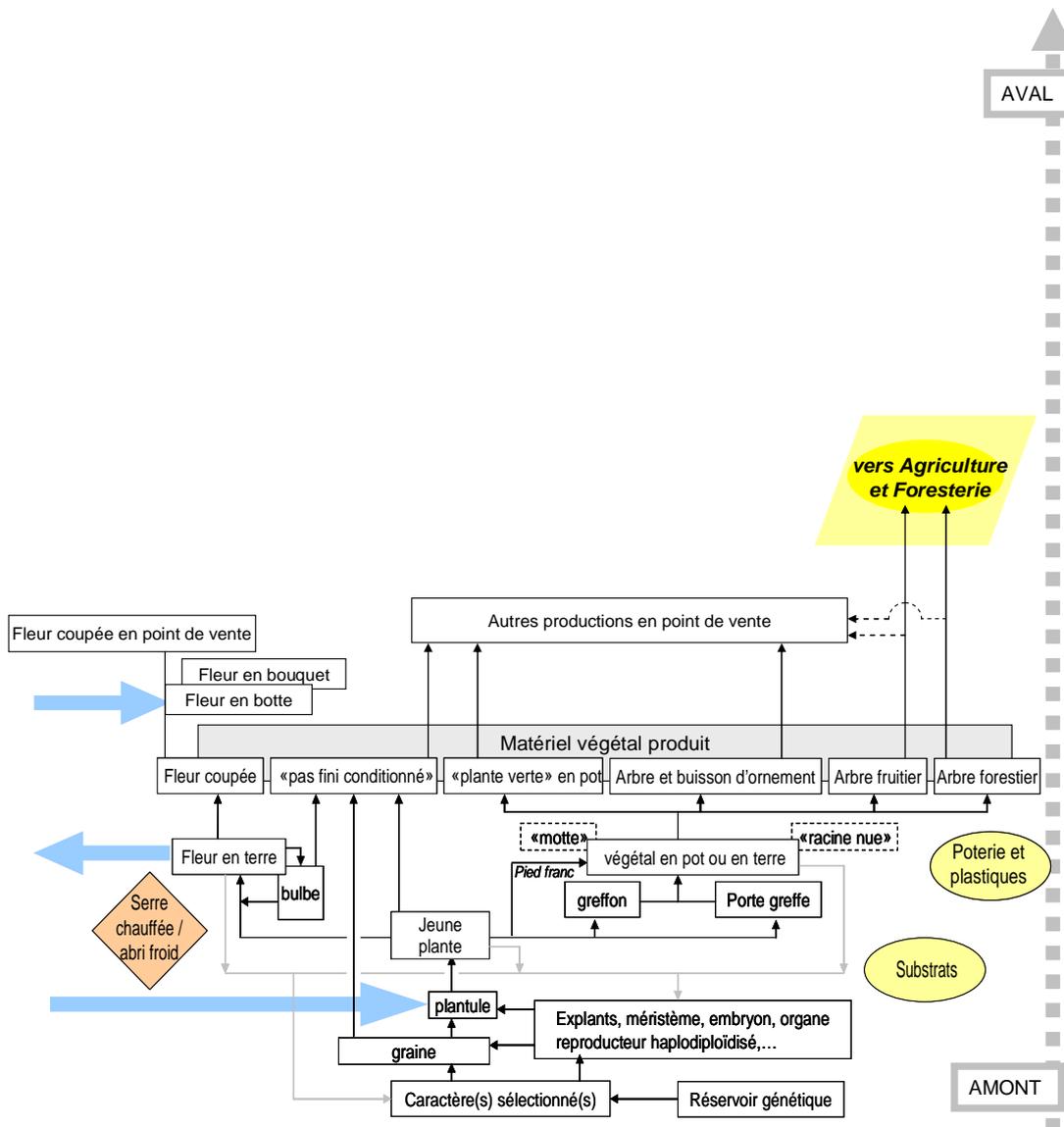
Enfin, une représentation de la filière a été construite et soumise au débat.

Un système échangeant avec son environnement de la matière, de l'énergie, et de l'information, on traduit ici ces flux généraux dans le contexte de la filière par quatre types de flux adaptés : **de matière** (depuis le fond & les caractéristiques génétiques des végétaux et l'amont de la filière semences en bas des deux

schémas, jusqu'à la consommation des produits transformés en haut), **financier** (interne à la filière / en relation avec son environnement immédiat / avec les capitaux extérieurs jusqu'aux externalités), **d'énergie** (prise en compte des débouchés énergétiques), et **d'information** (réglementaire ou autre).

Dans le cas spécifique de la filière du végétal d'ornement, il s'agit de représenter les différentes productions de la filière que ce soit des produits ou des services.

1^{ère} étape : représentation de la production de végétal



La représentation de la production de végétal reste assez classique en partant du réservoir génétique puis de la graine pour arriver au végétal fini et commercialisé. Mais la représentation en un même schéma des services fournis par la filière a nécessité des discussions et un certain nombre d'échanges et corrections successifs pour parvenir au schéma de la page suivante.

Pour illustrer la typologie des prestations associant le végétal, il a été représenté par le carré blanc, les produits végétaux eux-mêmes, et en trois nuances de vert, les services ventilés entre conception, réalisation, entretien.

› L'identification des processus et la production des hypothèses

A partir du Métaplan des sujets porteurs d'enjeux pour l'avenir de la filière du végétal d'ornement, des exposés d'experts susceptibles d'éclairer ces différents thèmes ont été programmés entre juin 2012 et mai 2013.

Ainsi, 10 réunions ont été consacrées à des exposés par les membres du groupe ou par des experts extérieurs. Ces exposés complètent la connaissance commune de la filière du végétal d'ornement et de son environnement, et sont l'occasion de l'identification des processus à l'œuvre et de la rédaction d'hypothèses pertinentes sur l'avenir de telle ou telle partie du système (ou de son environnement). Sous forme de phrases simples, elles sont l'expression des tendances et ruptures ; elles constitueront ainsi rédigées l'ossature des scénarios.

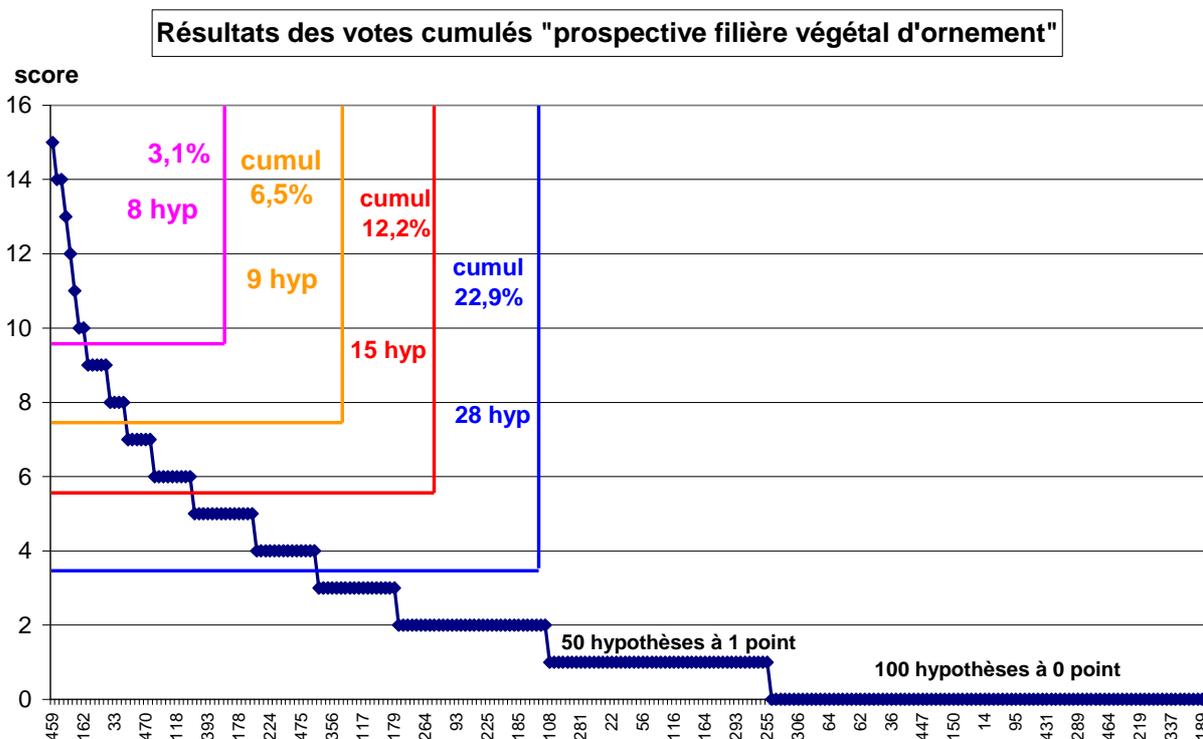
Près de 500 hypothèses ont été rédigées. Parmi une présélection de 262, les membres du groupe ont eu à choisir les plus importantes que ce soit comme tendance lourde ou comme signal faible.

La notion « d'hypothèse importante » doit être précisée. Il s'agit d'identifier les hypothèses susceptibles de modifier la trajectoire du système, d'infléchir significativement la tendance lourde. On ne cherche pas l'hypothèse probable. On ne cherche pas à savoir si l'hypothèse est vraie ou fausse, crédible ou pas puisque elle sera examinée dans ses 2 sens, recto et verso. Choisir une hypothèse ce n'est pas être d'accord avec son recto ou son verso mais c'est considérer que le sujet qu'elle traite est déterminant pour l'avenir.

Modalités du vote des hypothèses : chacun doit choisir les 20 hypothèses qu'il considère comme les plus pertinentes à retenir. Pour ce faire chaque votant dispose de 20 votes : 10 votes à 2 points pour les hypothèses qui lui semblent incontournables et 10 votes à 1 point, pour les hypothèses importantes. Les 262 hypothèses proposées au suffrage sont classées par thème.

Sur ce total de 262 hypothèses proposées au vote, 162 hypothèses ont obtenu au moins un point (le nombre de votants étant de 19, chacun disposant de 30 points à effectuer, le nombre de points total est donc de 570).

Le tableau ci-après résume les résultats obtenus :



Les hypothèses qui ont obtenu au moins 4 points sont a priori retenues.

34 hypothèses ont obtenu 2 points, dont 28 par un seul votant qui leur a donné un de ses votes à 2 points. Le votant qui se trouve seul à avoir jugé une hypothèse suffisamment importante pour lui donner un de ses votes prioritaires, doit tenter de convaincre le groupe. Ainsi, si le sujet qu'elle traite n'est pas déjà retenu, il se peut qu'une hypothèse n'ayant reçu que 2 points d'un seul votant soit finalement retenue.

Au final une liste de 83 hypothèses est arrêtée. Les hypothèses sont identifiées par le n° attribué lors de leur création. D'où une suite irrégulière de noms d'hypothèses de H8 à H506 .

› Les hypothèses retenues

Thématique Circuits de commercialisation : 4 hypothèses

H20 - L'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) limite le développement de points de vente à la production. **Vs** *Les producteurs détaillants développent leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts" et à des dérogations en matière de normes pour l'accueil du public*

H239 - Les entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux préférentiellement au plus près des chantiers **Vs** *les entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux au moins cher.*

H330 - La part du végétal se réduit dans les jardinerie au profit de produits liés au loisir. **Vs** *L'innovation dans les services permet au végétal de maintenir sa place dans le commerce.*

H395 - La concentration des enseignes de jardinage se réalise. **Vs** *Le métier est trop technique pour favoriser l'éclosion de grands groupes de jardinerie.*

Thématique Production : 8 hypothèses

H474 – La baisse du nombre d'entreprises horticoles se poursuit jusqu'à atteindre 3 000 entreprises. **vs** *Le nombre d'entreprises se stabilise autour de 4 000.*

H503 - La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité. **Vs** *La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.*

H477 - Les producteurs français regroupent leur offre et développent leurs débouchés via la distribution française et à l'export. **Vs** *Atomisés et inorganisés, les producteurs français ne répondent pas à la demande des distributeurs.*

H123 - La mise en place de l'obligation de calculer "un bilan carbone" fait disparaître de nombreuses petites entreprises **Vs** *La mise en place de l'obligation de calculer un "bilan carbone" favorise les petites entreprises innovantes.*

H502 - L'automatisation des process de production fait baisser l'incidence des coûts de main d'œuvre en horticulture. **Vs** *La main d'œuvre demeure une charge prépondérante en horticulture.*

H332 - Les producteurs français s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité **Vs** *Peu spécialisée, peu rationnelle, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité.*

H28 - La certification horticole sociale et environnementale est une condition pour pouvoir bénéficier des aides à l'investissement. **Vs** *L'accès aux aides à l'investissement n'est pas conditionné aux bonnes pratiques sociales et environnementales.*

H467 – La chute du nombre d'entreprises horticoles se poursuit, et s'accompagne d'une diminution de l'offre française de végétaux. **Vs** *Le nombre d'entreprises diminue mais, par le jeu de la concentration, la production horticole se maintient et même progresse.*

Thématique Environnement : 7 hypothèses

H504 – Les déchets verts sont obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (ramassage, traitement). **Vs** *Les particuliers se débrouillent avec leurs déchets verts (compostage individuel, apport à la déchèterie, mélange avec les autres déchets,...) en fonction de leur implication et des possibilités locales.*

H137 – Le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement. **Vs** *Le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs).*

H501 – Les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. **Vs** *Les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale.*

H154 – Les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais sont compensés par de l'entretien manuel qui permet de conserver un aspect « propre », sans mauvaises herbes ni maladies. **Vs** *Les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais ne sont pas accompagnés par de l'entretien manuel, les canons de l'esthétique se modifient et le public apprécie les « herbes folles ».*

H128 – L'affichage environnemental est un progrès qui motive la filière horticole française dans l'évolution de ses pratiques et lui confère un avantage compétitif. **Vs** *L'affichage environnemental affaiblit la filière horticole française.*

H223 – La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE. **Vs** *La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE.*

H135 - L'étiquetage environnemental s'impose rapidement. **Vs** *La mise en œuvre de l'étiquetage environnemental, sous l'effet d'interventions politiques diverses, est différée de loin en loin.*

Thématique Dynamique de filière : 12 hypothèses

H196 – Des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. **Vs** *Aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger.*

H24 – La spécificité sectorielle se renforce : les entreprises du végétal (de la filière horticole ornementale) continuent à constituer un secteur d'activité clairement identifié (autonome en termes capitalistiques, en termes de produits,...). **Vs** *La spécificité sectorielle se dilue : les entreprises du végétal intègrent se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autres (alimentation, décoration, équipements extérieurs,...).*

H466 – De grandes exploitations horticoles déclinent leur savoir faire en franchises et les possibilités d'emplois et de carrières attirent des jeunes qui reviennent vers les métiers de l'horticulture et en acceptent les critères et les normes. **Vs** *Les grandes exploitations ne se développent pas et n'offrent pas de perspectives d'emploi aux jeunes.*

H483 – La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale. **Vs** *La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat.*

H197 – L'ensemble de la filière, via Valhor, s'accorde sur des tendances de la demande et des gammes à promouvoir. **Vs** *Aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble.*

H203 – La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché. **Vs** *La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.*

H33 – Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP consolident le rôle de Valhor dans l'organisation de la filière. **Vs** *Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP fragilisent l'interprofession horticole qui perd son agrément à l'extension des CVO.*

H40 – Les décisions concernant la spécificité de la filière horticole reposent de plus en plus sur l'UE. **Vs** *les décisions concernant la spécificité de la filière horticole reposeront de plus en plus sur l'Etat français.*

H50 – La régionalisation des aides du 2nd pilier accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante. **Vs** *La mise en œuvre des aides du 2nd pilier, ne favorise pas une spécialisation accélérée des régions.*

H8 – Les métiers du végétal qui allient la relation au vivant et la haute technologie attirent des jeunes à différents niveaux de qualification. **Vs** *Les métiers du végétal ont une image de travail manuel, rebutante pour les jeunes notamment les diplômés qui ne cherchent pas à intégrer la filière.*

H25 – Les outils techniques collectifs de la filière (pôle Végépolys, Astredhor) ont un rôle dans le maintien d'une recherche spécifique. **Vs** *Les outils techniques collectifs de la filière rejoignent des structures moins spécialisées, ce qui en dilue la spécificité.*

H275 – L'évolution de la logistique du dernier km modifie durablement les taux de rentabilité des entreprises aux différents niveaux de la filière. **Vs** *Les taux de rentabilité des entreprises ne sont pas impactés par l'évolution de la logistique du dernier km.*

Thématique Marché mondial : 9 hypothèses

H61 – La production de plante fait l'objet d'une traçabilité et d'un étiquetage géographique (produit au Kenya, en France,...) obligatoire. **Vs** *La plante reste, dans les étals, un être a-géographique.*

H245 – Les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées, au bénéfice des échanges directs producteurs (PVD) consommateurs. **Vs** *Les Pays Bas conservent le monopole en contrôlant les fleurs et les prix.*

H246 – La France ne rattrape pas les parts de marché perdues sur le marché mondial de la fleur et devient un strict consommateur de fleurs après disparition de la production. **Vs** *La France se relance sur le marché mondial des fleurs en trouvant sa place sur des niches et des variétés particulières.*

H266 – L'augmentation des coûts énergétiques ne remet pas en cause les flux entre production du Sud et consommation au Nord. **Vs** *L'augmentation des coûts énergétiques est telle qu'elle remet en cause la production dans les pays du Sud pour les marchés du Nord.*

H75 – La déréglementation domine le monde marchand. **Vs** *Le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales.*

H9 – Le commerce international et notamment le recours aux importations sont le seul moyen de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. **Vs** *L'artificialisation de la production française, les techniques de blocage/redémarrage de la floraison, d'accélération de croissance,... permet de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques.*

H506 – Le commerce international de la tourbe est fortement restreint par des normes environnementales ce qui stimule la mise au point de solutions alternatives. **Vs** *Le commerce international de la tourbe est suffisamment alimenté par des pays sans contraintes environnementales.*
Commentaire: solutions alternatives = substrats alternatifs (écorces compostés,...), amélioration de la sécurité sanitaire de la culture en pleine terre ou culture sans substrats (hydroponie) pour toutes les productions ornementales.

H269 – Le marché de la fleur coupée 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 **Vs** *Les marchés asiatiques sont en croissance modérée après l'accélération observée au cours des années 90'.*

H251 – Le secteur de la plante en pot se mondialise comme celui de la fleur coupée. **Vs** *Le secteur de la plante en pot ne mondialise qu'une partie de son activité (production de jeunes plants), laissant aux finisseurs européens une part importante de la valeur ajoutée.*

Thématique Offre et demande : 14 hypothèses

H233 – La demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. **Vs** *La demande internationale de végétal d'ornement connaît des réorientations plusieurs fois par an, rendant impossible des réponses par la création variétale.*

H259 – L'offre de végétaux à destination des collectivités prend en compte leurs problèmes budgétaires et leurs préoccupations environnementales (moins d'entretien, de main d'œuvre, d'intrants, d'eau,...) et le fleurissement des communes continue de se développer. **Vs** *Les communes de plus en plus contraintes budgétairement remplacent le fleurissement par d'autres éléments de décoration moins coûteux.*

H475 – Le débouché "vente directe" se développe assorti d'un service de conseil personnalisé et poussé par le mouvement locavore. **Vs** *La vente directe est remplacée par le drive de la distribution spécialisée.*

H391 – En stimulant "l'achat pour soi", on parvient à stimuler la consommation de végétaux. **Vs** *Les habitudes de consommation de végétaux restent concentrées sur l'achat "pour offrir"*

H356 – Le marché de l'horticulture ornementale profite du développement de l'agriculture urbaine **Vs** *En ville, l'agriculture urbaine destinée à la consommation est en concurrence avec le végétal d'ornement notamment dans l'allocation des ressources (espace, temps, eau, et subventions des collectivités locales).*

H255 – Les efforts de fleurissement réalisés par les communes n'ont pas d'impact sur la consommation de végétaux **Vs** *Les efforts de fleurissement réalisés par les communes incitent à la consommation de végétaux par les ménages.*

H451 – Les clients privilégient les achats "locaux" au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, quitte à accepter un surcoût. **Vs** *Les clients ignorent les "achats locaux" pour leur préférer les achats à moindre coût.*

H15 – Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques. **Vs** *L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.*

H325 – Une offre de services et de conseils se développe sur support informatique (application Smartphone, alertes pour traiter, pour arroser, etc....) ce qui suscite un nouvel engouement des consommateurs. **Vs** *L'innovation technologique laisse de côté les services au consommateur.*

H70 – Le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être". **Vs** *Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe.*

H390 – Les toits et toitures végétalisées (TTV) constituent un nouveau "territoire" pour les métiers du végétal. **Vs** *Le marché des TTV demeure inaccessible aux professionnels du végétal.*

H340 – Les jardinerie spécialisées conservent une part de marché significative du commerce des végétaux d'une gamme étendue. **Vs** *Les GSA et GSB s'imposent dans le commerce des végétaux devenus "standardisés" sur une gamme étroite et mondialisée.*

H232 – Le retour de pratiques "jardinières" élargit la gamme des achats (graines, boutures, jeunes plants). **Vs** *La standardisation des plantes déjà fleuries s'impose y compris sur le marché des végétaux d'extérieur.*

H213 – L'offre de végétal vise à satisfaire un consommateur qui cherche un produit immédiatement consommable, éphémère et peu évolutif. **Vs** *L'offre de végétal tire sa force de la tradition et des consommateurs experts et impliqués vis-à-vis d'un produit vivant.*

Thématique Recherche : 4 hypothèses

H257 – La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible. **Vs** *Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas, pas avec une plante vivante.*

H224 – La recherche, publique et privée, travaille sans tenir compte des tendances du marché, considérant que les innovations s'imposeront. **Vs** *La recherche, publique et privée est pilotée par les besoins exprimés par les opérateurs d'aval en fonctions des tendances du marché.*

H241 – La filière investit avec la recherche dans la construction d'indicateurs scientifiques multidisciplinaires relatifs aux influences sociétales du cadre de vie **Vs** *La filière se contente d'une communication générique, peu argumentée sur l'importance du végétal dans le cadre de vie.*

H225 – En l'absence de recherche française publique, le secteur de l'obtention et la filière horticole dans son ensemble sont totalement dépendants de la diffusion de résultats d'autres pays. **Vs** *La recherche publique française travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales, pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères.*

Thématique Santé – éducation : 6 hypothèses

H433 – Bonnes information et sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, grâce à des études coordonnées par la filière, permettent de prévenir et de contrecarrer une image potentiellement négative des plantes. **Vs** : *En l'absence d'études, d'information et de sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, un amalgame s'établit entre les différentes causes d'allergie et cause une image négative des plantes.*

H187 – L'interprofession met en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal. **Vs** *L'Interprofession tire partie de l'ignorance du public en matière de botanique et de biologie végétale pour définir sa stratégie de marché.*

H415 – Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur). **Vs** : *Le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relais financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole.*

H162 – Le végétal est reconnu d'utilité publique sur la santé humaine (preuves à l'appui). **Vs** *Aucune preuve n'est apportée sur l'intérêt du végétal pour la santé.*

H159 – L'enseignement en primaire et au collège autour de la nature et du végétal se développe. **Vs** *Le développement des connaissances fondées sur le végétal dans l'enseignement primaire et secondaire n'est pas considéré comme prioritaire.*

H407 – La filière horticole et le milieu de la santé se mobilisent pour lancer des programmes de recherche à l'échelle nationale et européenne qui permettent de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique et plus largement du lien santé / végétal. **Vs** : *En l'absence de mobilisation de la filière horticole et du milieu de la santé pour lancer des programmes de recherche susceptibles de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique, la filière perd cette opportunité potentielle.*

Thématique Segmentation – valeur : 13 hypothèses

H296 – Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...). **Vs** *Le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale.*

H125 – Dans leurs critères d'achat, une part significative des consommateurs privilégie les signes de qualité environnementaux. **Vs** *Dans leurs critères d'achat, une part significative des consommateurs privilégie la production locale (pour des motifs autant sociaux qu'environnementaux).*

H505 – Le consommateur du végétal d'ornement privilégie la durée de vie des produits. **Vs** *Le consommateur du végétal d'ornement privilégie le plaisir de changer souvent de végétal.*

H107 – De plus en plus de consommateurs expriment des valeurs à travers leurs actes d'achats de produits équitables. **Vs** *Les motivations d'achat restent très diverses et ne sont pas l'expression de valeur par les consommateurs.*

H378 – La valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales permet d'augmenter le prix de vente et les marges à la production et à la distribution. **Vs** *La plante d'ornement reste dans une logique de concurrence des prix sur un produit de plus en plus banalisé.*

H374 – Une segmentation des produits de l'ornement permet d'obtenir des gammes par usage. **Vs** *La segmentation des produits de l'ornement reste très basique. (avec/sans fleur; dedans/dehors; petit/grand;...).*

H215 – Les innovations dans l'offre de végétal d'ornement ciblent une clientèle jeune. **Vs** *Les innovations dans la filière d'ornement sont adaptées à une clientèle sénior.*

H264 – Les collectivités ont l'obligation d'acheter des végétaux produits en France. **Vs** *Les collectivités achètent selon d'autres critères que la provenance France (durable, moins cher,...).*

H450 – Faute de cohérence nationale, la multiplicité de marques régionales disperse la filière. **Vs** *Une cohérence nationale valorisant l'ensemble de la filière dans la diversité des productions régionales est trouvée et mise en place.*

H147 – Un indicateur de qualité globale, comprenant la qualité environnementale et la qualité spécifique est élaboré et affiché sur les produits. **Vs** *Les signes de qualité sont apposés les uns à côté des autres, au consommateur d'en faire la synthèse ou d'en privilégier un.*

H78 – Dans le code des marchés publics, il est possible de privilégier une origine (nationale, voire régionale) de produit. **Vs** *L'origine du produit ne peut être un critère figurant dans un appel d'offre.*

H482 – La différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché. **Vs** *La marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres.*

H216 – Grace à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente. **Vs** *Le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière.*

Thématique Urbanisme : 6 hypothèses

H185 – Sous la pression des écologistes, les politiques urbaines s'orientent vers une ville végétalisée, dense et verticale. **Vs** *L'amour de la nature se traduit par la poursuite de l'étalement urbain.*

H459 – Les acteurs de la filière horticole (recherche, expérimentation, production, paysagistes, ...) investissent et jouent un rôle moteur dans la métamorphose de la ville de demain. **Vs** *La restructuration de la ville se fait sans la participation majeure de la filière horticole.*

H67 – Malgré la pression foncière, la réglementation de l'urbanisme intègre des normes végétales. **Vs** *Notamment du fait de la pression foncière, la place du végétal en ville n'est pas l'objet d'une norme d'urbanisme.*

H175 – Le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien public gratuit. **Vs** *Le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien marchand, dont la fréquentation est payante ou réservée à ses acquéreurs.*

H454 – La ville de demain est verte partout. **Vs** *La ville de demain reste "sectorisée", seuls les parcs se développent.*

H343 – L'agriculture urbaine est un sous produit de l'écosystème urbain. **Vs** *L'agriculture urbaine est un moteur de l'écosystème urbain.*

› La matrice d'influences / dépendances entre les hypothèses

Les 18 et 25 septembre 2013, la cellule d'animation a réalisé l'analyse de l'influence directe que chacune des 83 hypothèses retenues a sur les 82 autres.

L'idéal aurait été que l'ensemble du groupe examine toutes les influences, soit $83 \times 82 = 6806$ questions à se poser. Mais, compte tenu de l'importance de la tâche, le travail est réparti. Sept binômes (voire triplettes) sont constitués, chargé chacun de déterminer la nature de l'influence d'une douzaine d'hypothèses sur toutes les autres. Les absents aux réunions sont invités à contribuer à distance afin de s'approprier la mécanique de construction des scénarios.

Pour chaque hypothèse il s'agit de statuer :

- si la réalisation de l'hypothèse « a » favorise celle de l'hypothèse « b », la relation est notée « + » ;
- si la réalisation de l'hypothèse « a » n'a pas d'influence sur celle de l'hypothèse « b », la relation est notée « 0 » (zéro) ;
- si la réalisation de l'hypothèse « a » rend moins probable celle de l'hypothèse « b », la relation est notée « - » ;
- si l'on pense qu'il y a une influence, sans pouvoir en préciser le sens, la relation est notée « +/- ».

Les deux biais usuels sont :

- la prise en compte d'un lien indirect (A influe sur B, B influe sur C, quand on s'interroge sur l'influence de A sur C, on a tendance à dire que A influe sur C) ;
- la prise en compte du lien inverse (quand B influe sur A, on a tendance à considérer que A influe sur B).

INRA-DADP mars 02 PA/HH/MS

Le traitement des relations entre hypothèses pour faire émerger des microscénarios

Influe sur

	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8
H1		0	0	0	0	0	0	0
H2	0		+/-	0	0	0	+	0
H3	0	0		0	0	0	0	0
H4	0	-	0		0	0	0	0
H5	0	0	0	0		0	0	0
H6	0	0	+	0	+		0	0
H7	0	+	0	0	0	0		0
H8	-	0	0	0	0	-	0	

La réalisation de l'hypothèse H3 influe, mais on ne peut préciser dans quel sens privilégié, sur l'occurrence de l'hypothèse H2

La réalisation de l'hypothèse H1 influe négativement sur l'occurrence de l'hypothèse H8

La réalisation de l'hypothèse H5 influe positivement sur l'occurrence de l'hypothèse H6

Si.....alors.....

Ne considérer que les liens directs

Pour éviter la lassitude la liste des hypothèses est « randomisée » (les hypothèses ne sont plus classées par thématique) et les binômes de travail sont fixés de manière à mixer les métiers et sont renouvelés toutes les 2 heures. Pour cette séance de travail, deux dates ont été proposées afin de faire participer le maximum de membres de la cellule d'animation de la prospective.

Le « premier » jet de la matrice présente une densité de remplissage hétérogène entre les groupes, malgré les consignes strictes :

- Seuls les liens directs sont retenus. Si le lien n'est pas direct, il faut privilégier l'absence d'impact. Il convient de ne pas chercher des liens qui obligent à raconter toute une histoire pour se justifier afin d'envisager une réponse autre que « 0 », ce sont uniquement des liens directs entre hypothèses qui méritent d'autres réponses. Il importe donc systématiquement de vérifier la réalité de ces liens directs, et d'explicitier ces liens chaque fois que c'est nécessaire. Le rôle du noyau permanent de la cellule d'animation a souvent été celui d'un censeur de « fausses dépendances ».

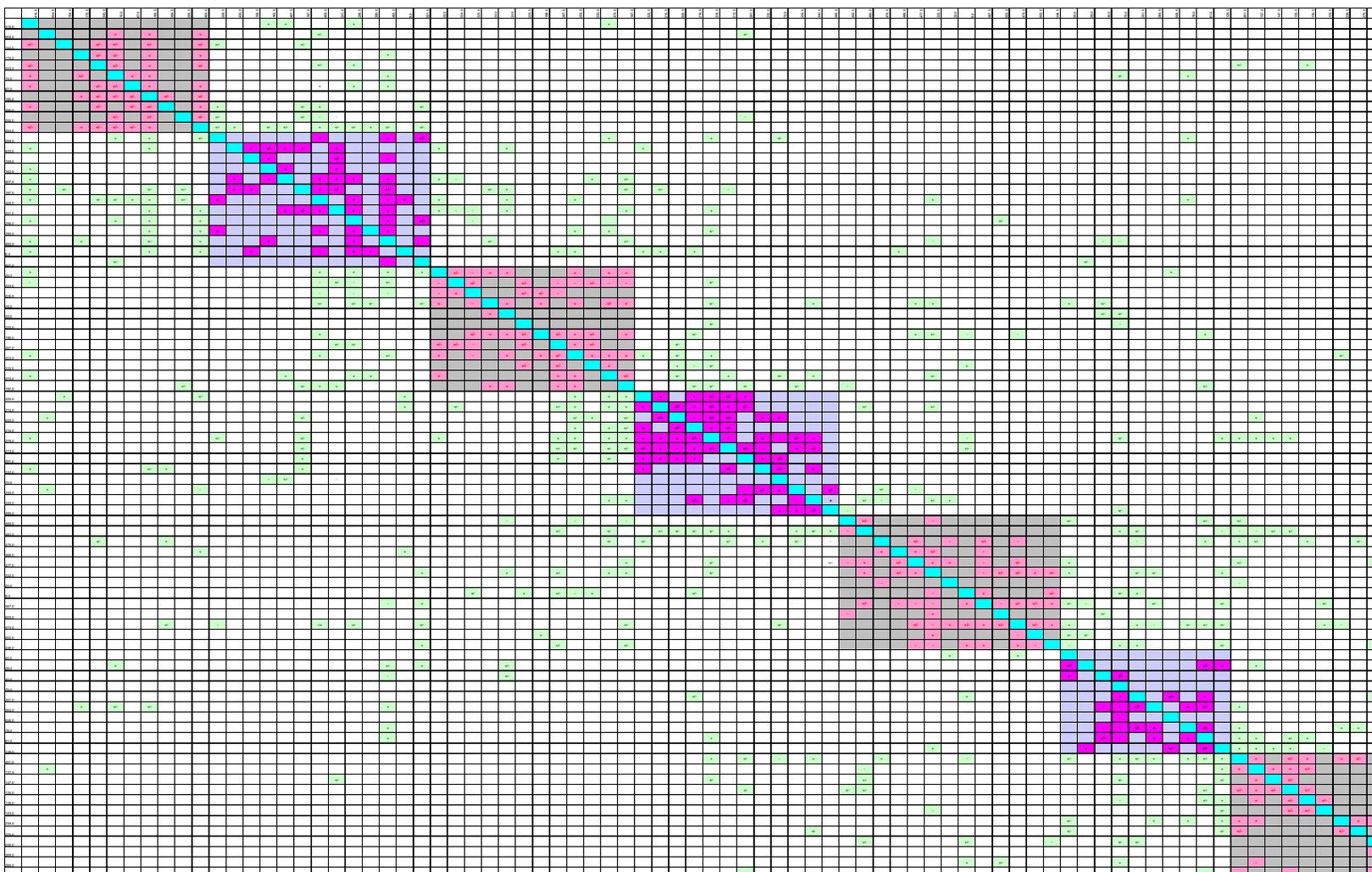
Un lissage est effectué par le noyau permanent afin d'obtenir la matrice suivante qui comprend 772 signes soit un taux de concentration (remplissage) de 11,3 %.

Cette matrice des relations entre les hypothèses finalement retenues constitue le modèle central du présent exercice de prospective.

The image displays a complex matrix of relationships between hypotheses. The matrix is organized into columns and rows, with a list of hypothesis numbers on the left side. The cells within the matrix contain text, likely representing the relationships between the hypotheses. The matrix is color-coded, with green cells indicating a relationship and grey cells indicating no relationship. The matrix is organized into columns and rows, with a list of hypothesis numbers on the left side. The cells within the matrix contain text, likely representing the relationships between the hypotheses. The matrix is color-coded, with green cells indicating a relationship and grey cells indicating no relationship.

› Les agrégats

Le traitement informatique de la matrice, qui permet de regrouper les hypothèses très liées entre elles et moins liées avec toutes les autres, conduit à proposer 8 agrégats d'une douzaine d'hypothèses.



Sur les 772 signes (+, - ou +/-) de la matrice, 328 soit 43,9 % sont intégrés dans les agrégats.

Troisième partie : Les micro-scénarios et les méta-scénarios

Les 34 micro-scénarios

Chacun de ces 7 agrégats a fait l'objet d'une représentation graphique des hypothèses qui le composent et des relations d'influence/dépendance qui lient les hypothèses entre elles, telles que consignées dans la matrice.

Au sein de l'agrégat, certaines hypothèses sont très influentes sur les autres et peu dépendantes, elles sont qualifiées de « motrices » ; d'autres hypothèses sont exclusivement (ou presque) dépendantes : ce sont les variables « résultats » ; les hypothèses très influentes et très dépendantes sont dites « enjeux ».

Parmi les hypothèses motrices, le groupe fait le choix de celle par laquelle commenceront les histoires.

Le choix d'une hypothèse motrice induit pour chaque agrégat deux micro-scénarios, l'un commençant par le recto de l'hypothèse, l'autre par son verso.

Souvent, le groupe préfère se donner 2 (voire 3) moteurs pour un même agrégat ce qui induit l'écriture de 4 (voire 8) micro-scénarios par agrégat.

Ainsi, à partir des 7 agrégats d'hypothèses, 34 micro-scénarios ont été écrits.

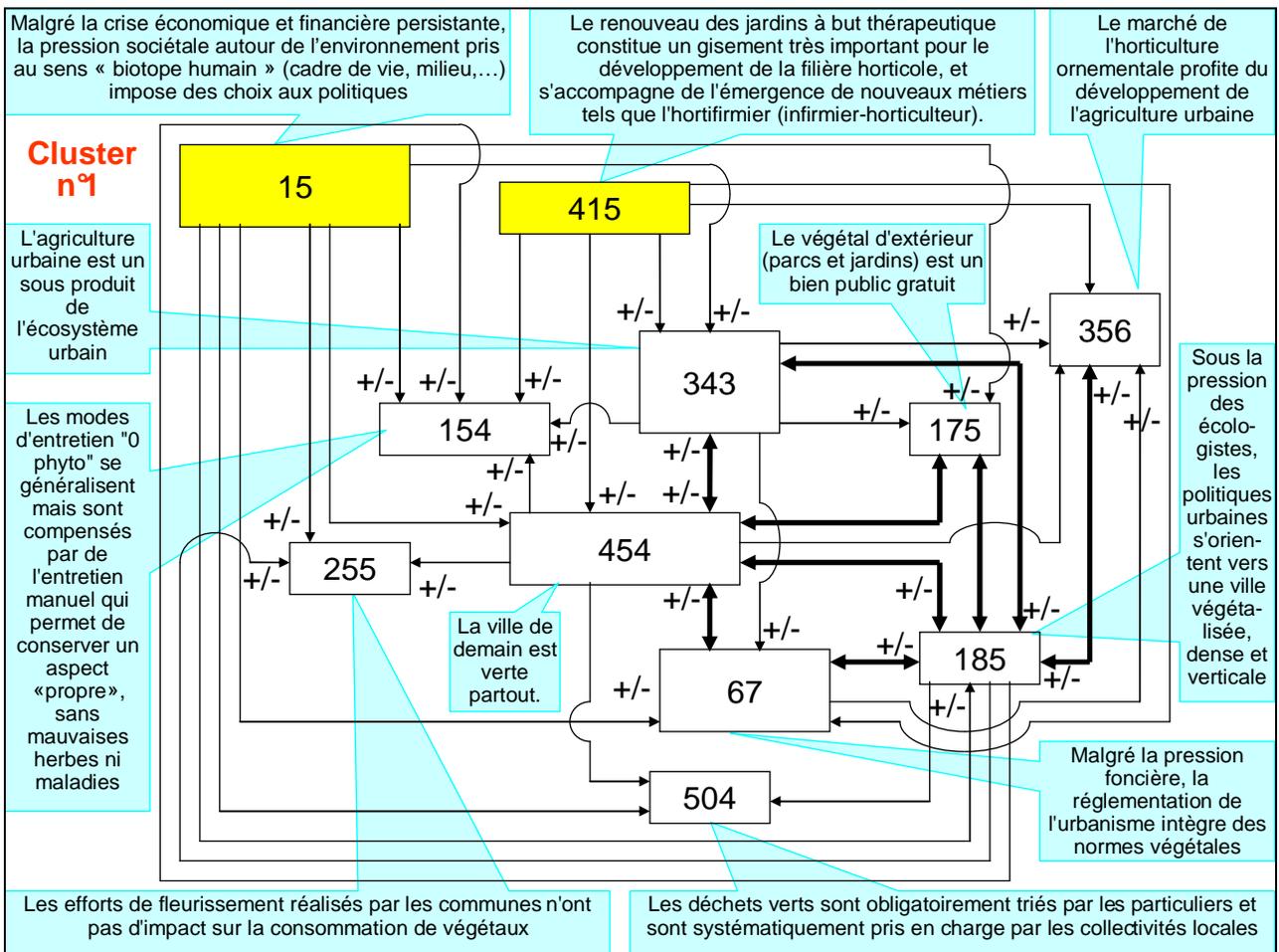
L'écriture des scénarios a consisté à suivre le squelette constitué en tenant compte des signes des hypothèses qui déterminent la présentation en recto ou en verso des hypothèses suivantes. En réalité chaque agrégat apparaissant davantage comme un système complexe que comme une suite linéaire d'hypothèses, des arbitrages sont indispensables ; ils ont été opérés, explicités et critiqués en séance de la cellule d'animation. La méthode d'écriture est détaillée sur le 1^{er} micro-scénario de l'agrégat 6.

agrégat	hypothèse(s) motrice(s)	microscénarios
agrégat n°1 : Végétal et politique de la Ville	15 Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques. Vs <i>L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.</i>	1-1 Le végétal en ville soutenu par une politique publique comme facteurs d'amélioration du cadre de vie visant à la stabilité sociale 1-2 Le végétal en ville amélioration du cadre de vie extérieur
	415 Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur). Versus : <i>Le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relai financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole.</i>	1-3 Végétaux fonctionnels au cœur des villes 1-4 Le végétal question privée
agrégat n°2 : soutien public et nouveaux usages des plantes	483 La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale. Vs <i>La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat.</i>	2-1 Innovation tous azimuts bénéficie du soutien public 2-2 La filière ornementale absente de l'innovation fonctionnelle.
	296 Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...) Vs <i>Le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale.</i>	2-3 Une ambition nationale concentrée sur l'eau en ville 2-4 Suspicion sur le végétal et frilosité de la commande publique
agrégat n°3 : filière et recherche à l'écoute des consommateurs	257 la recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le + possible. Vs <i>Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.</i>	3-1 Innovation à l'écoute du consommateur var a sans OGM var b avec OGM 3-2 Une production performante pilotée de l'extérieur
	223 La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation ne sont pas autorisées dans l'UE. Vs <i>la commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE.</i>	var a sans OGM var b avec OGM 3-3 Recherche sans lien avec la filière var a sans OGM var b avec OGM
	203 La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché. Vs <i>La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.</i>	3-4 Absence de synergies var a sans OGM var b avec OGM

agrégat	hypothèse(s) motrice(s)	microscénarios
agrégat n°4 : budget des ménages et accélération du temps	216 Grace à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente. Vs <i>le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière.</i>	4-1 Des pratiques jardinières pour faire des économies 4-2 Une plus-value créée par les consommateurs seniors
	70 le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être". Vs <i>Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe.</i>	4-3 Jeunes conquis via les technologies 4-4 Les seniors offrent de belles plantes
agrégat n°5 : facteurs de compétitivité de la production horticole	332 Les producteurs français s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité. Vs <i>Peu spécialisée, peu rationnelle, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité.</i>	5-1 Compétitivité et circuits courts variante a avec développement de circuits courts variante b sans développement de circuits courts 5-2 Offre France et déclinaisons régionales variante a avec développement de circuits courts variante b sans développement de circuits courts
	482 La différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché. Vs <i>La marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres.</i>	5-3 Filière déstructurée variante a avec développement de circuits courts variante b sans développement de circuits courts
	503 La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité. Vs <i>La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.</i>	5-4 Filière inorganisée variante a avec développement de circuits courts variante b sans développement de circuits courts
agrégat n°6 : règles du commerce	75 la déréglementation domine le monde marchand. Vs <i>le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales;</i>	6-1 Une déréglementation du commerce mondial et concentration géographique de la production 6-2 Des normes protectrices valorisent la provenance
agrégat n°7 : demande asiatique et coût environnemental	269 Le marché de la fleur coupée 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. Vs <i>Les marchés asiatique sont en croissance modérée des marchés asiatiques après l'accélération observée au cours des années 90'.</i>	7-1 Nouveaux flux internationaux prenant en compte les signes de qualité environnemental et équitable 7-2 L'Asie tire un marché de compétitivité prix
	137 Le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement. Vs <i>Le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs).</i>	7-3 Le renchérissement des coûts de transports et les signes de qualité environnementale limitent les importations venant du Sud malgré le développement de l'équitable 7-4 Un marché mondial atone orienté par la compétitivité prix

› Agrégat n°1 : Végétal & politique de la ville

	415.0	504.0	154.0	175.0	343.0	15.0	67.0	185.0	356.0	255.0	454.0
415.0											
504.0					+			+			+
154.0	+/-				+/-	+/-		+/-			+/-
175.0					+/-	+/-		+			+
343.0	+/-					+/-		+			+/-
15.0	+			+			+	+			
67.0	+				+/-	+/-		+			+
185.0				+	+/-	+/-	+/-		+/-		+/-
356.0	+				+/-		+/-	+/-			+
255.0						+/-		+/-			+/-
454.0	+/-			+	+/-	+/-	+/-	+			



n°	I	D	Agrégat n°1
343	6	4	L'agriculture urbaine est un sous produit de l'écosystème urbain vs <i>l'agriculture urbaine est un moteur de l'écosystème urbain.</i>
454	8	6	La ville de demain est verte partout. Versus : <i>La ville de demain reste "sectorisée", seuls les parcs se développent.</i>
154	0	5	Les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais sont compensés par de l'entretien manuel qui permet de conserver un aspect « propre », sans mauvaises herbes ni maladies. vs <i>Les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais ne sont pas accompagnés par de l'entretien manuel, les canons de l'esthétique se modifient et le public apprécie les « herbes folles »</i>
255	0	3	Les efforts de fleurissement réalisés par les communes n'ont pas d'impact sur la consommation de végétaux vs <i>les efforts de fleurissement réalisés par les communes incitent à la consommation de végétaux par les ménages.</i>
15	8	4	Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques. Vs <i>L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.</i>
415	6	0	Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur). Versus : <i>Le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relai financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole.</i>
185	9	6	Sous la pression des écologistes, les politiques urbaines s'orientent vers une ville végétalisée, dense et verticale. Vs <i>L'amour de la nature se traduit par la poursuite de l'étalement urbain.</i>
175	3	4	Le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien public gratuit. Vs <i>Le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien marchand, dont la fréquentation est payante ou réservée à ses acquéreurs, .</i>
504	0	3	Les déchets verts sont obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (ramassage, traitement) vs <i>Les particuliers se débrouillent avec leurs déchets verts (compostage individuel, apport à la déchèterie, mélange avec les autres déchets,...) en fonction de leur implication et des possibilités locales..</i>
356	1	5	Le marché de l'horticulture ornementale profite du développement de l'agriculture urbaine vs <i>En ville, l'agriculture urbaine destinée à la consommation est en concurrence avec le végétal d'ornement notamment dans l'allocation des ressources (espace, temps, eau, et subvention des collectivités locales).</i>
67	4	5	Malgré la pression foncière, la réglementation de l'urbanisme intègre des normes végétales vs <i>Notamment du fait de la pression foncière, la place du végétal en ville n'est pas l'objet d'une norme d'urbanisme</i>

Sc1-1

Titre : Le végétal en ville facteur de stabilité sociale

Résumé : Le végétal partout en ville, à l'extérieur et dans les immeubles, soutenu par une politique publique visant à la fois l'amélioration du cadre de vie social, et une amélioration individuelle de la qualité de vie en utilisant les fonctionnalités alimentaires et de santé de certaines plantes.

H15 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques.

H415 : Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur).

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques (**H15 s'allume en recto : +H15**). En effet, la poursuite de la progression de la productivité du travail dans les pays historiquement développés d'une part, dans un contexte d'économie ouverte où subsistent, d'autre part, de fortes différences de coût du travail au plan international, ne permet plus d'imaginer un retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale. Dès lors, la socialisation des individus ne passe plus quasi-exclusivement par le travail, notamment le salariat, d'où une attention particulière apportée aux autres éléments de socialisation dont le cadre de vie, et ce de plus en plus dans une optique davantage préventive que correctrice, compte tenu des difficultés induites de financement des systèmes sociaux redistributifs.

La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie, et de la place que joue le « biotope humain » dans la stabilité sociale.

La facture énergétique demeurant conséquente, sous la pression des écologistes, les politiques urbaines s'orientent plutôt vers une ville végétalisée, dense et verticale, l'étalement urbain n'étant toléré que pour garantir une proximité entre espace vert et logement dans des zones initialement privées de végétal (**influence mitigée de +H15 sur H185 : plutôt +H185 par cette voie**).

La préoccupation croissante en faveur de l'émergence d'un biotope humain préventif a stimulé la recherche sur les bienfaits d'une végétalisation croissante de la ville. Ces recherches se sont développées dans deux directions complémentaires, une sociale et macroscopique autour de l'objectivation de la relation végétal/bien-être et une autre plus biologique visant à mettre en évidence les bienfaits thérapeutiques potentiels des différentes plantes considérées une à une. Ces recherches ont abouti au renouveau des jardins à but thérapeutique, qui dorénavant constituent un gisement (très) important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagnent de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur) (**H415 s'allume en recto : +H415**).

Une ville végétalisée plutôt dense et verticale (l'étalement urbain étant limité cf infra) par choix politique, ainsi qu'une mise en avant des bienfaits thérapeutiques des végétaux (dans les deux directions, sociale et biologique) sont de nature à également verticaliser les plantations, qui dès lors ne sont plus exclusivement localisées sur le « plancher des vaches », ce qui peut participer au développement de l'agriculture urbaine telle qu'on peut déjà la rencontrer à petite échelle dès les années 2010 dans des villes très denses comme Singapour. Mais l'agriculture urbaine demeure un sous-produit d'un écosystème urbain voulu pour des raisons fondamentalement sociales, même si la ville a tendance à verdir partout tant au sol que verticalement et dans tous les quartiers (**synthèse des influences mitigées de +H15 et +H415 et positive de plutôt +H185 sur H343 et H454, ainsi que de leurs influences réciproques : +H343 et + H454**). Ce choix politique, ainsi que la réduction relative de la pression foncière liée au choix de densifier et verticaliser la ville, conduisent à l'émergence d'une réglementation de l'urbanisme intégrant des normes végétales (**synthèses des influences, positives de +H415 et de plutôt +H185 et de +H454, mitigées de +H15 et +H343 sur H67 : +H67, et plutôt +H185 conforté en retour**).

Dans un tel contexte, le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien public gratuit, notamment afin de contribuer le plus largement à la volonté d'améliorer le cadre de vie pour la population urbaine (**synthèse des influences positives de +H454 et plutôt +H185 et mitigées de +H15 et +H343 sur H175 : +H175**). L'absence de plein emploi et la volonté d'améliorer le cadre de vie, y compris dans ses dimensions sanitaires et préventive, la proximité diffuse du végétal en de multiples situations en ville (dans les parcs, dans des jardins à vocation thérapeutique, dans les logements, sur les toits...) conduisent à ce que, accompagnés par des campagnes de sensibilisation publique à l'instar de celles menées sur la préservation des plages ou l'usage des poubelles publiques, les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais soient compensés par de l'entretien manuel, en partie non rémunéré, qui permet de conserver un aspect « propre », sans mauvaises herbes ni maladies (**synthèse des influences toutes mitigées de +H15, +H415, +H343, + H454 et plutôt +H185 sur H154 : plutôt +H154**).

Dans le même ordre d'idées, l'importance prise par le cadre de vie et sa composante végétale, conduit à ce que son entretien s'accompagne d'obligations réglementaires, notamment en matière de gestion des déchets. Ainsi, les déchets verts sont-ils obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (**synthèse des influences positives de plutôt +H185, +H454 et +H15 sur H504 : +H504**).

En terme de marché, si l'horticulture ornementale profite du développement (secondaire et non systématique, cf infra) de l'agriculture urbaine, notamment en lien avec le développement d'une alimentation fonctionnelle liée aux résultats de la recherche concernant les effets biologiques de certaines plantes « alimentaires » et d'une proximité accrue entre végétal et logement (**synthèse des influences, positives de +H415, +H454 et mitigées de +H343, +H67 et plutôt +H185 sur H356 : +H356**), les efforts de végétalisation des villes, et notamment de fleurissement, ont un impact relativement limité sur la consommation des végétaux, notamment par les ménages. Ce sont surtout les marchés publics portés par les collectivités territoriales et les promoteurs, sous-tendus par le développement des règles d'urbanisme relatives à la végétalisation de la ville, qui constituent les axes essentiels de croissance du marché horticole (**synthèse des influences mitigées de +H454, +H15 et plutôt + H185 sur H255 : +/- H255**).

Sc1-2

Titre : Le végétal amélioration du cadre de vie extérieur

Résumé : Le végétal en ville soutenu par une politique publique essentiellement comme facteur d'amélioration du cadre de vie collectif extérieur visant à la stabilité sociale d'une population durablement éloignée du plein emploi.

H15 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques.

versusH415 : Le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relai financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole.

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques (**H15 s'allume en recto : +H15**). En effet, la poursuite de la progression de la productivité du travail dans les pays historiquement développés d'une part, dans un contexte d'économie ouverte où subsistent, d'autre part, de fortes différences de coût du travail au plan international, ne permet plus d'imaginer un retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale. Dès lors, la socialisation des individus ne passe plus quasi-exclusivement par le travail, notamment le salariat, d'où une attention particulière apportée aux autres éléments de socialisation dont le cadre de vie, et ce de plus en plus dans une optique davantage préventive que correctrice, compte tenu des difficultés induites de financement des systèmes sociaux redistributifs.

La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie, et de la place que joue le « biotope humain » dans la stabilité sociale.

La facture énergétique demeurant conséquente, dans un contexte économique peu florissant, les politiques urbaines s'orientent autant que faire se peut vers une ville dense et verticale, mais qui du fait de la nécessaire prise en compte des contraintes en terme de cadre de vie et sous la pression des écologistes, est également une ville végétalisée ; l'étalement urbain n'étant toléré que pour garantir une proximité entre espace vert et logement dans des zones initialement privées de végétal (**influence mitigée de +H15 sur H185 : plutôt +H185 par cette voie**).

La préoccupation croissante en faveur de l'émergence d'un biotope humain préventif, a stimulé l'acquisition de connaissances, mais ces recherches, sous contrainte budgétaire, se sont développées dans une direction nettement privilégiée, visant, à l'échelle sociale et macroscopique, à objectiver la relation positive entre présence du végétal et bien-être collectif. Les dimensions plus biologiques, individuelles et cliniques étant beaucoup moins mises en avant, ces recherches n'ont pas abouti au renouveau des jardins à but thérapeutique, qui ne trouvant pas les relais financiers nécessaires, ne permettent pas l'émergence de nouveaux métiers pour le développement de la filière horticole (**H415 s'allume en verso : versusH415**).

Une ville dense, verticale et végétalisée dans le but essentiel de favoriser au plan collectif une proximité entre habitat et végétaux, peut marginalement participer au développement de l'agriculture urbaine mais un tel développement demeure un sous-produit d'un écosystème urbain voulu pour des raisons fondamentalement sociales. La ville a tendance à verdir tant au sol que sur les toits et dans tous les quartiers, mais davantage à l'extérieur que jusque dans les logements où autoproduction alimentaire et jardin thérapeutique demeurent des initiatives soit individuelles soit collectives à petite échelle (**synthèse des influences mitigées de +H15 et versusH415 et positive de plutôt +H185 sur H343 et H454, ainsi que de leurs influences réciproques : +H343 et plutôt +H454**). Ce choix politique, ainsi que la réduction relative de la pression foncière liée au choix de densifier et verticaliser la ville, conduisent à l'émergence d'une réglementation de l'urbanisme intégrant des normes végétales (**synthèses des influences, positives de versusH415 et de plutôt +H185 et de plutôt +H454, mitigées de +H15 et +H343 sur H67 : +H67, et plutôt +H185 conforté en retour**).

Dans un tel contexte, le végétal d'extérieur (parcs et jardins) est un bien public gratuit, notamment afin de contribuer le plus largement à la volonté d'améliorer le cadre de vie pour la population urbaine (**synthèse des influences positives de plutôt +H454 et plutôt +H185 et mitigées de +H15 et +H343 sur H175 : +H175**).

La présence importante du végétal en ville, au sol comme sur les toits, conduit à ce que, accompagnés par des campagnes de sensibilisation publique à l'instar de celles menées sur la préservation des plages ou l'usage des poubelles publiques, les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent mais soient au moins en partie compensés par de l'entretien manuel non rémunéré, qui permet de conserver un aspect « propre », sans mauvaises herbes ni maladies (**synthèse des influences toutes mitigées de +H15, versusH415, +H343, plutôt + H454 et plutôt +H185 sur H154 : plutôt +H154**) et ce d'autant plus que les services municipaux « parcs et jardins » ont également été renforcés.

Dans le même ordre d'idées, l'importance prise par le cadre de vie et sa composante végétale, conduit à ce que son entretien s'accompagne d'obligations réglementaires, notamment en matière de gestion des déchets. Ainsi, les déchets verts sont-ils obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (**synthèse des influences positives de plutôt +H185, plutôt +H454 et +H15 sur H504 : +H504**).

La quasi-absence de recherches scientifiques concernant les effets biologiques (en terme de santé individuelle notamment) de certaines plantes « alimentaires » (ou non) ne conduisent pas à un accroissement généralisé de la proximité accrue du végétal au sein des logements. Ainsi, en terme de marché, le développement de l'agriculture urbaine étant principalement le fait d'initiatives individuelles ou collectives à petite échelle, il n'y a que peu de lien (synergie ou concurrence) avec le développement du marché de l'horticulture ornementale (**synthèse des influences, positives de -H415, plutôt +H454 et mitigées de +H343, +H67 et plutôt +H185 sur H356 : +/-H356**). Les efforts de végétalisation des villes, et notamment de fleurissement, ont un impact relativement limité sur la consommation des végétaux, notamment par les ménages. Ce sont surtout les marchés publics portés par les collectivités territoriales et les promoteurs, sous-tendus par le développement des règles d'urbanisme relatives à la végétalisation de la ville, qui constituent les axes essentiels de croissance du marché horticole (**synthèse des influences mitigées de plutôt +H454, +H15 et plutôt + H185 sur H255 : +/- H255**).

Sc1-3

Titre : Végétaux fonctionnels au cœur des villes

Résumé : Une ville densifiée et verticale où seuls des végétaux fonctionnels, notamment à des fins thérapeutiques ou alimentaires, en partie intériorisés, ainsi que des parcs résidentiels privés trouvent une place marginale en centre ville, tandis que parcs publics et jardins pavillonnaires ont migré vers la périphérie.

versusH15 : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.

H415 : Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur).

La crise économique et financière persiste et les politiques n'ont qu'un seul objectif : en atténuer les conséquences, notamment sociales auprès des populations les plus exposées, quitte, faute de moyens suffisants, à négliger l'environnement. (**H15 s'allume en verso : versusH15**). En effet, la poursuite de la progression de la productivité du travail dans les pays historiquement développés d'une part, dans un contexte d'économie ouverte où subsistent, d'autre part, de fortes différences de coût du travail au plan international, ne permet plus d'imaginer un retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale. Dès lors, il est considéré comme prioritaire d'amortir par le jeu d'une redistribution financière, via les prestations sociales, la situation des personnes durablement éloignées de l'emploi. L'état quelque peu problématique des finances publiques conduit à assécher les quelques crédits par le passé dédiés à l'amélioration de l'environnement en général, et au verdissement des villes en particulier. La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément certes positif, mais non essentiel au cadre de vie.

La facture énergétique demeurant conséquente, dans ce contexte économique peu florissant, les politiques urbaines s'orientent autant que faire se peut vers une ville dense et verticale, mais le poids politique des écologistes n'est pas suffisant pour que la végétalisation des villes densifiées soit en quelque sorte considérée comme une « prestation sociale ». Ainsi, c'est plutôt la poursuite de l'étalement urbain qui permet aux amoureux de la nature d'accéder au « vert » (**influence mitigée de versusH15 sur H185 : plutôt versusH185 par cette voie**). Le paysage urbain est alors constitué de centres ville denses et verticaux peu végétalisés et de banlieues pavillonnaires.

Notamment en centre ville, le recul relatif des espaces verts induit par cette politique sociale et urbaine conduit à un regain d'intérêt, notamment pour les végétaux d'intérieur, et de fil en aiguille pour leurs apports potentiels. Le marché des parcs et jardins s'essoufflant et la volonté d'autoproduction se développant dans une partie importante de la population en situation économique précaire, des recherches se sont ainsi développées visant à mettre en évidence les bienfaits potentiels des différentes plantes considérées une à une. Certaines de ces recherches ont abouti au renouveau des jardins à but thérapeutique, qui dorénavant constituent un gisement important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagnent de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur) (**H415 s'allume en recto : +H415**).

Dans un tel contexte, la ville n'est pas verte partout, notamment en son centre, elle reste sectorisée et les parcs et jardins qui subsistent ont tendance très majoritairement à se situer à sa périphérie. Dans le même temps, se développe une autoproduction à des fins alimentaires qui constitue une des formes de développement d'un écosystème urbain, mais qui globalement laisse une place restreinte au végétal en centre ville, même si elle est plus conséquente en banlieue (**synthèse des influences mitigées de versusH15 et +H415 et positive de plutôt versusH185 sur H454 et H343, ainsi que de leurs influences réciproques mitigées : plutôt versusH454 et +/- H343**). Il n'y a pas émergence d'une réglementation de l'urbanisme intégrant des normes végétales, la pression foncière à la densification urbaine demeurant forte et l'économie des collectivités territoriales ne le permettant pas (**synthèses des**

influences, positives de +H415, de plutôt versusH185 et de plutôt versusH454, mitigées de versusH15 et +/- H343 sur H67 : versusH67, et plutôt versusH185 conforté en retour). Ainsi les quelques îlots verts de centre ville sont-ils des parcs intérieurs de résidence de luxe, tandis que les parcs en périphérie demeurent gratuits d'accès (**synthèse des influences positives de plutôt versusH454 et plutôt versusH185 et mitigées de versusH15 et +/-H343 sur H175 : +/-H175**).

Le caractère restreint et très majoritairement privé des espaces végétalisés de centre-ville, l'absence de plein emploi et la montée en puissance des préoccupations sanitaires, conduisent à ce que, les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent en centre-ville mais soient compensés par de l'entretien manuel, en partie non rémunéré, qui permet de conserver un aspect «propre», sans mauvaises herbes ni maladies, tandis qu'en banlieues, notamment chez les tenants d'une auto-production alimentaire continue de se pratiquer des modes d'entretien avec traitements limités non accompagnés systématiquement de désherbage manuel, et que c'est le niveau des budgets résiduels des collectivités territoriales qui induit la nature des modes d'entretien des parcs de la périphérie (**synthèse des influences toutes mitigées de versusH15, +H415, +/-H343, plutôt versusH454 et plutôt versusH185 sur H154 : +/-H154**)

Il n'y a pas dans ce contexte d'obligations réglementaires relatives aux déchets verts pour les particuliers (**synthèse des influences positives de plutôt versusH185, plutôt versusH454 et versusH15 sur H504 : versusH504**).

En terme de marché, le développement de l'horticulture ornementale repose sur les mêmes ressorts que ceux de l'agriculture urbaine, à savoir initialement un besoin de « vert » relativement absent d'un centre-ville dense et verticalisé conduisant, soit à l'intérioriser, soit à migrer en banlieue ; dès lors une synergie de ces 2 segments de marché est vraisemblable mais aussi une concurrence (notamment en terme d'espace en centre-ville) (**synthèse des influences, positives de +H415, plutôt versusH454 et mitigées de +/-H343, versusH67 et plutôt versusH185 sur H356 : +/-H356**). Paradoxalement, les efforts de végétalisation des villes, et notamment de fleurissement, étant très limités ont un impact relativement positif mais sur la seule consommation de végétaux par les ménages en créant chez certains d'entre eux un manque, alors que le marché des collectivités est atone (**synthèse des influences mitigées de plutôt versusH454, versusH15 et plutôt versusH185 sur H255 : +/- H255**).

Sc1-4

Titre : Le végétal devenu une question privée

Résumé : Une ville densifiée et verticale qui, sous contrainte budgétaire, désinvestit le végétal, y compris à sa périphérie : les jardins pavillonnaires en périphérie constituent le patchwork de verdure extérieur : Le vert est de plus en plus un bien privé.

versusH15 : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.

versusH415 : Le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relai financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole.

La crise économique et financière persiste et les politiques n'ont qu'un seul objectif : en atténuer les conséquences, notamment sociales auprès des populations les plus exposées, quitte, faute de moyens suffisants à négliger l'environnement. (**H15 s'allume en verso : versusH15**). En effet, la poursuite de la progression de la productivité du travail dans les pays historiquement développés d'une part, dans un contexte d'économie ouverte où subsistent, d'autre part, de fortes différences de coût du travail au plan international, ne permet plus d'imaginer un retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale. Dès lors, il est considéré comme prioritaire d'amortir par le jeu d'une redistribution financière via les prestations sociales, la situation des personnes durablement éloignées de l'emploi. L'état quelque peu problématique des finances publiques conduit à assécher les quelques crédits par le passé dédiés à l'amélioration de l'environnement en général, et au verdissement des villes en particulier.

La facture énergétique demeurant conséquente, dans ce contexte économique peu florissant, les politiques urbaines s'orientent autant que faire se peut vers une ville dense et verticale. La place du végétal en ville n'est plus, faute de moyens, qu'une question politique marginale. C'est dorénavant aux individus, seuls voire groupés en associations, de mettre en œuvre leur choix en matière de proximité avec le végétal. Ainsi, du fait de la densification des centres-villes, c'est la poursuite de l'étalement urbain qui permet aux amoureux de la nature d'accéder au « vert » (**influence mitigée de versusH15 sur H185 : plutôt versusH185 par cette voie**). Le paysage urbain est alors constitué de centres-villes denses et verticaux peu végétalisés et de banlieues pavillonnaires.

Il n'y a pas d'investissement public de recherche sur les éventuels bienfaits des végétaux, que la problématique soit macroscopique dans le sens d'une mise en évidence d'une relation « proximité du végétal / bien-être social » ou, plus biologique, plantes par plante ; ce dernier pan de la recherche est laissé à l'industrie pharmaceutique et/ou agrochimique dont la logique majoritaire demeure l'extraction des principes actifs. Ces types de recherche ne favorisent pas le renouveau des jardins à but

thérapeutique, qui ne trouvant pas les relais financiers nécessaires, ne permettent pas l'émergence de nouveaux métiers pour le développement de la filière horticole (**H415 s'allume en verso : versusH415**). Dans un tel contexte, la ville n'est pas verte partout, notamment en son centre, elle reste sectorisée et les parcs et jardins qui subsistent ont tendance très majoritairement à se situer à sa périphérie. Dans le même temps, sur la base d'initiatives individuelles, se développe une autoproduction à des fins alimentaires qui constitue une des formes de développement d'un écosystème urbain, mais qui globalement laisse une place restreinte au végétal en centre ville, même si elle est plus conséquente en banlieue (**synthèse des influences mitigées de versusH15 et versusH415 et positive de plutôt versusH185 sur H454 et H343, ainsi que de leurs influences réciproques mitigées : plutôt versusH454 et +/- H343**). Il n'y a pas émergence d'une réglementation de l'urbanisme intégrant des normes végétales, la pression foncière à la densification urbaine demeurant forte et l'économie des collectivités territoriales ne le permettant pas (**synthèses des influences, positives de versusH415, de plutôt versusH185 et de plutôt versusH454, mitigées de versusH15 et +/- H343 sur H67 : versusH67, et plutôt versusH185 conforté en retour**). Ainsi les quelques îlots verts de centre ville sont-ils des parcs intérieurs de résidence de luxe, tandis que les parcs en périphérie demeurent gratuits d'accès, sachant que soit leur taille (par vente au privé par partie des parcelles les plus proches du centre-ville) et leur entretien par les collectivités territoriales ont tendance à diminuer, soit leur accès devient payant : in fine, c'est le poids des espaces verts privés qui croît assez sensiblement (**synthèse des influences positives de plutôt versusH454 et plutôt versusH185 et mitigées de versusH15 et +/-H343 sur H175 : plutôt versusH175**).

Le caractère restreint et très majoritairement privé des espaces végétalisés de centre-ville, l'absence de plein emploi et la montée en puissance des préoccupations sanitaires, conduisent à ce que, les modes d'entretien "0 phyto" se généralisent en centre-ville mais soient compensés par de l'entretien manuel, en partie non rémunéré, qui permet de conserver un aspect « propre », sans mauvaises herbes ni maladies, tandis qu'en banlieues, notamment chez les tenants d'une auto-production alimentaire continuent de se pratiquer des modes d'entretien avec traitements limités non accompagnés systématiquement de désherbage manuel, et que c'est le choix majoritaire et le plus souvent contraint budgétairement des collectivités territoriales de ne plus investir d'argent public dans les parcs et jardins qui induit la nature des modes d'entretien des parcs demeurant publics de la périphérie sans dépense de produits phytosanitaires ni compensation par du travail manuel : in fine la présence d'espaces verts « aux herbes folles » progressent, notamment dans les espaces d'accès public (**synthèse des influences toutes mitigées de versusH15, versusH415, +/-H343, plutôt versusH454 et plutôt versusH185 sur H154 : plutôt versusH154**).

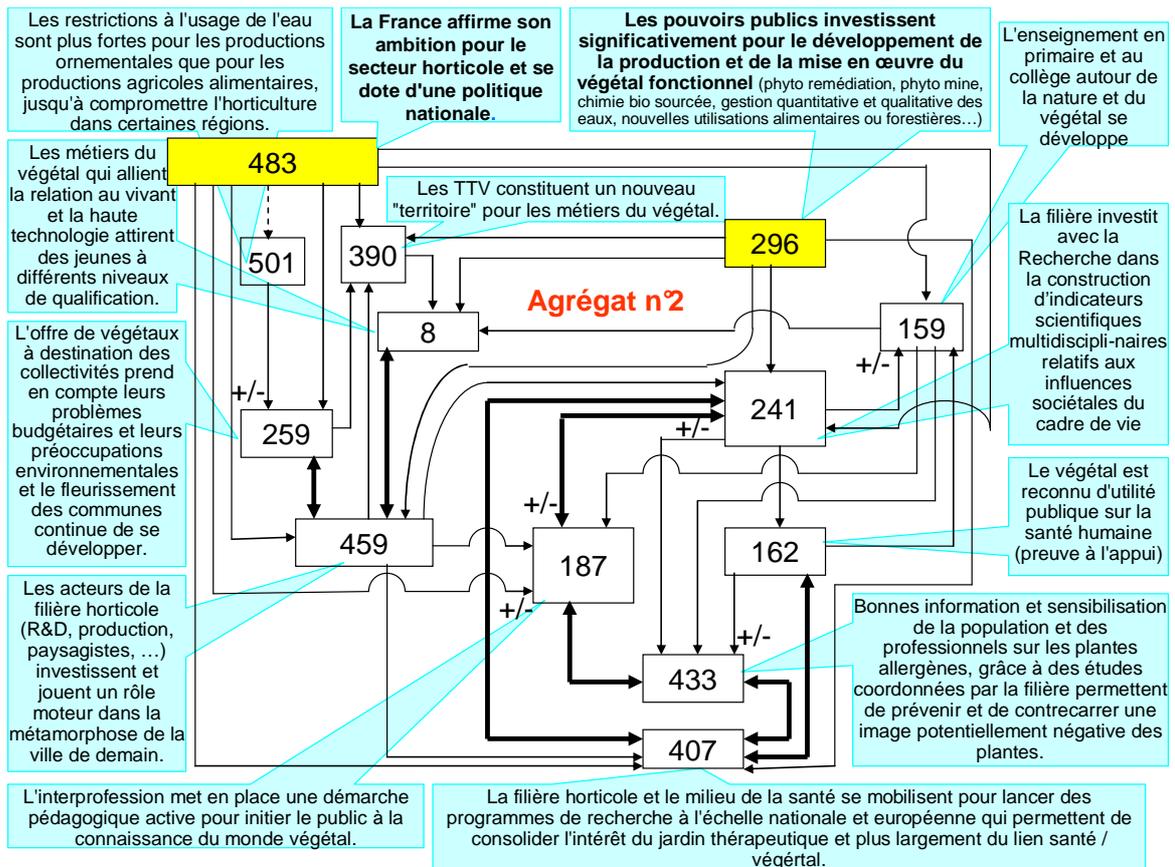
Il n'y a pas dans ce contexte d'obligations réglementaires relatives aux déchets verts pour les particuliers (**synthèse des influences positives de plutôt versusH185, plutôt versusH454 et versusH15 sur H504 : versusH504**).

En terme de marché, le développement de l'horticulture ornementale repose sur les mêmes ressorts que ceux de l'agriculture urbaine, à savoir initialement un besoin de « vert » relativement absent d'un centre-ville dense et verticalisé conduisant, soit à l'intérioriser, soit à migrer en banlieue, sur base essentiellement d'initiatives privées ; mais, la quasi-absence de recherches scientifiques concernant les effets biologiques (en terme de santé individuelle notamment) de certaines plantes « alimentaires » (ou non) ne favorise pas l'émergence généralisée de ces initiatives ; initiatives qui se développent plutôt sur la base de conviction individuelle ou de besoins d'autoproduction profonds. Dès lors c'est plutôt une concurrence (notamment en terme d'espace en centre-ville) qui domine dans les relations entre ces deux segments de marché (**synthèse des influences, positives de versusH415, plutôt versusH454 et mitigées de +/-343, versusH67 et plutôt versusH185 sur H356 : plutôt versusH356**).

Paradoxalement, les efforts de végétalisation des villes, et notamment de fleurissement, étant très limités, ont un impact relativement positif mais sur la seule consommation de végétaux par les ménages en créant chez certains d'entre eux un manque, alors que le marché des collectivités est atone (**synthèse des influences mitigées de plutôt versusH454, versusH15 et plutôt versusH185 sur H255 : +/- H255**).

› Agrégat n°2 : Soutien public & nouveaux usages de s plantes

	259.0	433.0	159.0	162.0	407.0	187.0	459.0	241.0	296.0	390.0	483.0	8.0	501.0
259.0							+				+		+/-
433.0			+	+/-	+	+		+					
159.0				+				+/-			+		
162.0					+			+					
407.0		+		+			+	+	+		+		
187.0		+	+				+	+/-			+/-		
459.0	+								+		+	+	
241.0					+	+/-	+		+		+		
296.0													+/-
390.0	+						+		+		+		
483.0													
8.0			+				+		+	+			
501.0											-		



n°	I	D	Agrégat n°2
187	2	5	L'interprofession met en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal. Vs <i>L'Interprofession tire partie de l'ignorance du public en matière de botanique et de biologie végétale pour définir sa stratégie de marché.</i>
407	3	6	La filière horticole et le milieu de la santé se mobilisent pour lancer des programmes de recherche à l'échelle nationale et européenne qui permettent de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique et plus largement du lien santé / végétal. Versus : <i>En l'absence de mobilisation de la filière horticole et du milieu de la santé pour lancer des programmes de recherche susceptibles de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique, la</i>
483	9	3	La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale. Vs <i>La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat.</i>
433	2	5	Bonnes information et sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, grâce à des études coordonnées par la filière permettent de prévenir et de contrecarrer une image potentiellement négative des plantes. Vs : <i>En l'absence d'études, d'information et de sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, un amalgame s'établit entre les différentes causes d'allergie</i>
8	1	4	Les métiers du végétal qui allient la relation au vivant et la haute technologie attirent des jeunes à différents niveaux de qualification. vs <i>Les métiers du végétal ont une image de travail manuel, rebutante pour les jeunes notamment les diplômés qui ne cherchent pas à intégrer la filière.</i>
241	5	5	La filière investit avec la Recherche dans la construction d'indicateurs scientifiques multidisciplinaires relatifs aux influences sociétales du cadre de vie vs <i>La filière se contente d'une communication générique, peu argumentée sur l'importance du végétal dans le cadre de vie</i>
459	6	4	Les acteurs de la filière horticole (recherche, expérimentation, production, paysagistes, ...) investissent et jouent un rôle moteur dans la métamorphose de la ville de demain. Versus : <i>La restructuration de la ville se fait sans la participation majeure de la filière horticole.</i>
159	3	3	L'enseignement en primaire et au collège autour de la nature et du végétal se développe vs <i>Le développement des connaissances fondées sur le végétal dans l'enseignement primaire et secondaire n'est</i>
259	2	3	L'offre de végétaux à destination des collectivités prend en compte leurs problèmes budgétaires et leurs préoccupations environnementales (moins d'entretien, de main d'œuvre, d'intrants, d'eau,...) et le fleurissement des communes continue de se développer. vs <i>Les communes de plus en plus contraintes budgétairement remplacent le fleurissement par d'autres éléments de décoration moins coûteux.</i>
296	6	2	Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...) vs <i>Le végétal fonctionnel n'est</i>
501	3	1	Les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. Vs <i>Les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale.</i>
390	1	4	Les TTV constituent un nouveau "territoire" pour les métiers du végétal. Vs <i>Le marché des TTV demeure inaccessible aux professionnels du végétal.</i>
162	4	2	Le végétal est reconnu d'utilité publique sur la santé humaine (preuve à l'appui) vs <i>Aucune preuve n'est apportée sur l'intérêt du végétal pour la santé.</i>

Sc2-1

Titre : Innovation tous azimuts bénéficie du soutien public

Résumé : La filière horticole valorise le soutien public et investit la ville en rendant de multiples services et en apportant les preuves de ses bienfaits.

H483 La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale.

H296 Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...)

L'importance du secteur horticole tant pour l'économie agricole des territoires, pour l'activité et la valeur créées tout au long de la filière que pour les effets bénéfiques des produits pour le bien-être des populations, est enfin reconnue à sa juste proportion. La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale (**H483 s'allume**)

La question de la gestion de l'eau et de la priorisation des usages est un sujet de débat et les différents utilisateurs font valoir leurs arguments. L'alimentation des populations en eau potable est bien sûr privilégiée, la continuité écologique des cours d'eau également. Les usages industriels, agricoles et privés (arrosage du gazon, remplissage de piscine et nettoyage des voitures) font l'objet de restrictions. Lors d'un débat parlementaire, il a été proposé de sortir la production de végétal d'ornement de la production agricole à des fins alimentaires pour en limiter plus strictement l'accès à l'eau. Finalement, dans la cohérence de l'affirmation d'une ambition nationale pour le secteur horticole, l'idée est abandonnée et les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale (H483→**versus**H501) avec cependant une part de décentralisation des décisions qui permet aux communes de décider de l'importance qu'elles donnent aux serres municipales et au fleurissement (versus 501→ 259+/- par cette voie)

Néanmoins les questions environnementales sont des préoccupations citoyennes majeures qui préoccupent les élus, notamment dans la gestion des villes (où vivent désormais plus de 80% des Français). La filière horticole en a pris conscience et dans le cadre de la politique nationale, les acteurs

de la filière horticole (recherche, expérimentation, production, paysagistes, ...) investissent et jouent un rôle moteur dans la métamorphose de la ville de demain (H483→H459) notamment en proposant aux élus des solutions aux questions environnementales mais aussi budgétaires. L'offre de végétaux à destination des collectivités prend en compte leurs problèmes budgétaires et leurs préoccupations environnementales (moins d'entretien, de main d'œuvre, d'intrants, d'eau,...) et le fleurissement des communes continue de se développer. (H483 et H459→H259)

Depuis un certain temps, la recherche de solutions alternatives à la chimie minérale et à la chimie du pétrole, aboutissent à des découvertes fondamentales importantes sur divers usages des plantes. Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...) (H296 s'allume)

Les acteurs de la filière horticole sont aux premières loges pour la mise en œuvre de ces usages des végétaux au service de la métamorphose de la ville.(H296→H459 confirmée)

Le développement de fonctionnalités complémentaires à l'esthétique pour les végétaux d'ornement et leur intégration dans la métamorphose de la ville font l'objet d'un suivi évaluatif ainsi la filière investit avec la Recherche dans la construction d'indicateurs scientifiques multidisciplinaires relatifs aux influences sociétales du cadre de vie. (H296 et H459→H241)

La construction d'indicateurs permet d'objectiver les bienfaits des végétaux et leur relation avec le bien-être, au point que (preuve à l'appui), le végétal est reconnu d'utilité publique sur la santé humaine (H241→H162) ce qui permet d'argumenter auprès de l'Education nationale pour que l'enseignement en primaire et au collège autour de la nature et du végétal se développe, en cohérence avec l'ambition nationale pour l'horticulture (H162, H483 et H241→H159).

L'ambition nationale pour l'horticulture et l'implication des acteurs de la filière dans la métamorphose de la ville, incitent la filière à poursuivre le travail initié à l'école en s'appuyant sur les indicateurs développés pour mettre en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal. (H483, H459, H159 et H241→ H187)

Cette connaissance partagée des plantes facilite la prise en charge des questions d'intolérance et d'allergie dont les mécanismes sont de mieux en mieux connus. (influences réciproques entre H187 et H433) d'autant que les indicateurs n'évitent pas les sujets sensibles et en particulier la délicate question des plantes allergènes. Par ailleurs, l'enseignement primaire et secondaire dans ses programmes autour du végétal, aborde cette question et facilite la prise en charge par les personnes sensibles de la prévention spécifique dont elles ont besoin. (H241, H159→H433). Le végétal étant reconnu d'utilité publique pour la santé humaine, le travail d'information et de sensibilisation sur les risques potentiels s'affine afin de priver le moins de monde possible des effets bénéfiques du végétal (H162→H433).

Une politique nationale pour le secteur horticole combinée avec le changement de « regard » induit par le développement de la production et la mise en œuvre du « végétal fonctionnel », les preuves de l'utilité du végétal pour la santé humaine et la construction d'indicateurs, la bonne gestion de la question des allergies et l'implication des acteurs de la filière dans la métamorphose de la ville, tous ces éléments concourent à ce que les jardins thérapeutiques fassent l'objet de recherches et d'expérimentations d'implantation. (H483, H296, H162, H241, H433 et H459→H407)

De la même façon, la question de la gestion des eaux pluviales en milieu urbain et les solutions ayant recours aux toitures végétalisées, progressent techniquement du fait du soutien et des investissements publics. (H483 et H296→H390)

Les communes qui souhaitent verdifier leur circonscription en argumentant sur les aspects « fonctionnels » trouvent des solutions auprès des entreprises du paysage qui ont anticipé cette question. Ainsi, les toits végétalisés constituent un nouveau "territoire" pour les métiers du végétal. (H259 et H459→H390 confirmée)

Sensibilisé dès le plus jeune âge au végétal, touché par la promotion que font les pouvoirs publics des multiples recherches sur de nouvelles fonctionnalités des végétaux, notamment leur utilité dans la gestion des eaux pluviales, les jeunes s'intéressent aux formations dans ces domaines. Les métiers du végétal qui allient la relation au vivant et la haute technologie attirent des jeunes à différents niveaux de qualification. (H296, H159 et H390→H8)

Sc2-2

Titre : La filière ornementale absente de l'innovation fonctionnelle.

Résumé : L'individualisme des entreprises performantes limite le rayonnement de la filière ornementale. Les nouvelles fonctionnalités des végétaux sont développées et valorisées dans d'autres filières avec l'aide de l'Etat.

VersusH483 La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat.

H296 Les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...)

Le recentrage des interventions de l'Etat sur ses fonctions régaliennes a conduit en agriculture à limiter les crédits destinés aux filières non alimentaires faiblement exportatrices. La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat. (**Versus H483 s'allume**) Les mêmes critères conduisent à restreindre plus fortement l'accès à l'eau pour la filière horticole que pour les autres filières agricoles. Ainsi, les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. (Versus H483→**H501**). Cette contrainte environnementale s'ajoutant aux contraintes budgétaires les collectivités locales se désintéressent du fleurissement des villes et le remplacent par d'autres éléments de décoration moins coûteux et moins gourmands en eau. (versus H483 et H501→ **versus H259**). En l'absence de plan national, chaque entreprise tente de jouer sa carte et dans la plupart des cas ne parvient pas à faire valoir les apports du végétal dans la conception des villes. La restructuration de la ville se fait sans la participation majeure de la filière horticole. (versus H259 et versus H483→ **versus H459**) Et par suite, les entreprises peu impliquées dans les problématiques urbaines ne développent pas de solutions en réponse aux préoccupations des élus locaux (versus H459→**versus H259**)

Néanmoins, les pouvoirs publics investissent significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...) (**H296 s'allume**) Les toits et toitures végétalisées sont un enjeu pour les entreprises du végétal mais face aux entreprises spécialisées dans l'étanchéité des toitures les entreprises du végétal ne peuvent être que des prestataires. Le marché des TTV demeure inaccessible aux professionnels du végétal. (malgré H296, versus H483, versus H259 et versus H459→ **versus H390**). Ainsi les pouvoirs publics incitent à la construction d'indicateurs scientifiques sur certains nouveaux usages des végétaux pour la restauration des sols ou en matière de chimie bio sourcée mais faute de réalisation à mettre en avant du fait d'une faible présence dans les travaux urbains, la filière a peu à dire et se contente d'une communication générique, peu argumentée sur l'importance du végétal dans le cadre de vie. (H296 mais versus H483 et versus H459→ **+/-H241**). Les aspects bénéfiques des plantes ne sont donc pas liés à leur présence dans le cadre de vie.

En l'absence de stratégie nationale, l'interprofession s'efforce de tenir compte des positionnements parfois contradictoires des entreprises leaders du secteur et renonce à toute cohérence, d'autant plus qu'elle ne dispose pas d'indicateurs scientifiques sur les bienfaits du végétal : l'interprofession tire partie de l'ignorance du public en matière de botanique et de biologie végétale pour définir sa stratégie de marché (versus H483 et versus H459, versus H241 → **versus H187**) Cette absence d'indicateurs scientifiques et les messages peu structurés de l'interprofession affaiblissent sensiblement le lien plantes et santé :

- en l'absence de mobilisation de la filière horticole et du milieu de la santé pour lancer des programmes de recherche susceptibles de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique, la filière perd cette opportunité potentielle, hormis quelques partenariats entre une entreprise et un centre de soin. (versus H483, versus H459, versus H241 malgré H296→ **versus H407**) Ainsi, faute d'expérimentation sur le terrain, aucune preuve n'est apportée sur l'intérêt du végétal pour la santé,. (versus H241, versus H407→ **versus 162**) et le développement des connaissances fondées sur le végétal dans l'enseignement primaire et secondaire n'est pas considéré comme prioritaire. (versus 162 et versus 483→**versus 159**).
- en l'absence d'études, d'information et de sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, un amalgame s'établit entre les différentes causes d'allergie et construit une image négative des plantes. (versus 162, versus H187, versus H241 et versus H407→**versus H433**)

Au final les jeunes sont attirés pas les nouveaux métiers du végétal pour la recherche et le développement de nouvelles fonctionnalités soutenues par les Pouvoirs Publics mais se détournent de la filière ornementale et de ses entreprises. (H296, versus H159, versus H390, versus H459→ **+/-H8**)

Sc2-3

Titre : Une ambition nationale concentrée sur l'eau en ville

Résumé : Une politique nationale pour le secteur du végétal d'ornement qui se concentre sur la place du végétal dans la ville du futur et surtout de son rôle dans la gestion des eaux au détriment des aspects santé-bien-être.

H483 La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale.

Versus 296 Le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale.

L'importance du secteur horticole tant pour l'économie agricole des territoires, pour l'activité et la valeur créées tout au long de la filière que pour les effets bénéfiques des produits pour le bien-être des populations, est enfin reconnue à sa juste proportion. La France affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale (**H483 s'allume**) Dans un contexte de changement climatique avéré et de gestion précise de la ressource en eau, l'existence d'une politique nationale permet à la filière horticole d'obtenir un traitement analogue à celui des autres filières agricoles. Les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale. (H483→**versusH501**). Ainsi la filière, dans le cadre de sa politique nationale, développe-t-elle un savoir faire en matière d'utilisation raisonnée de la ressource en eau dont elle peut faire profiter ses clients des collectivités locales. L'offre de végétaux à destination des collectivités prend en compte leurs problèmes budgétaires et leurs préoccupations environnementales (moins d'entretien, de main d'œuvre, d'intrants, d'eau,...) et le fleurissement des communes continue de se développer. (H483 et versusH501→**H259**) Levant ces obstacles de pénurie d'eau et de restriction budgétaire, les acteurs de la filière horticole (recherche, expérimentation, production, paysagistes, ...) investissent et jouent un rôle moteur dans la métamorphose de la ville de demain. (H483 et H259→H459 par cette voie)

Malgré quelques pistes intéressantes, notamment en matière de phyto remédiation des sols, de chimie bio sourcée ou de nouvelles utilisations alimentaires, le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale. (**versusH296 s'allume**) Ainsi le champ des utilisations technologiques du végétal dans la ville est-il limité tout comme l'attractivité qu'elles auraient pu exercer sur les jeunes à différents niveau de qualification (H8 limité) sans toutefois compromettre le rôle des entreprises de la filière dans la conception des villes de demain. (**H459** confirmé malgré l'influence négative de versus H296)

Néanmoins l'existence d'une ambition nationale pour le secteur permet de faire évoluer les réglementations notamment sur la question de la garantie décennale et les toits et toitures végétalisés constituent un nouveau "territoire" pour les métiers du végétal (H483 et H259→). Ces nouveaux métiers et tous ceux liés à la conception de la ville du futur intéressent les jeunes : les métiers du végétal qui allient la relation au vivant et la haute technologie attirent des jeunes à différents niveaux de qualification. (H483, H390, H459→ **H8** confirmé)

La politique nationale pour la filière du végétal d'ornement prévoit d'investir sur le long terme par des actions en direction du jeune public scolarisé (H483→ **H159** par cette voie) en concentrant ses autres actions sur le B to B et néglige le grand public l'Interprofession tire partie de l'ignorance du public en matière de botanique et de biologie végétale pour définir sa stratégie de marché. (H483 et H459→ **versus H187**) Le volet santé bien-être est négligé, les pouvoirs-publics ne soutiennent pas de programme de recherche sur la construction d'indicateurs scientifiques relatifs aux influences sociétales du cadre de vie. (versusH296→**versusH241**) La filière se contente d'une communication générique, peu argumentée sur l'importance du végétal dans le cadre de vie. Ainsi aucune preuve n'est apportée sur l'intérêt du végétal pour la santé. (versusH241→ **versus H162**). Sans preuve, sans indicateur, sans communication réellement structurée vers le grand public, un amalgame s'établit entre les différentes causes d'allergie et construit une image négative des plantes, et les opportunités ouvertes par le potentiel de développement des jardins thérapeutiques sont abandonnées (versus162, versus187, versus241 →**versus433** et **versus407**).

Sc2-4

Titre : Suspicion sur le végétal et frilosité de la commande publique

Résumé : Faute d'avoir pu avancer des preuves de ses apports au bien-être collectif et faute d'avancée vers de nouvelles fonctionnalités le végétal d'ornement recule en ville.

VersusH483 La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat.

Versus296 Le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale.

Le recentrage des interventions de l'Etat sur ses fonctions régaliennes a conduit à un assèchement des enveloppes nationales destinées au soutien des filières agricoles. La performance du secteur horticole est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat. (**VersusH483 s'allume**) Par ailleurs, les restrictions à l'usage de l'eau pour l'agriculture et l'industrie se durcissent et conduisent à des priorisations. Parmi les filières agricoles, celles dont les produits ne sont pas destinés à l'alimentation humaine sont plus strictement restreintes en cas de pénurie d'eau sans compensation publique. Les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. (Versus H483→**H501**) Les communes de plus en plus contraintes budgétairement (et écologiquement) remplacent le fleurissement par d'autres éléments de décoration moins coûteux et moins gourmands en eau. (versusH483 et H501 → **versusH259**). Ainsi, sans aides publiques nationales et sans demande des collectivités, la filière du végétal d'ornement n'est pas un acteur important de l'urbanisme. La

restructuration de la ville se fait sans la participation majeure de la filière horticole. (versusH259 et versusH483→ **versusH459**) Et par suite, les entreprises peu impliquées dans les problématiques urbaines ne développent pas de solutions en réponse aux préoccupations des élus locaux (versusH459→**versusH259**)

De multiples travaux en recherche fondamentale ont montré les rôles que joue le végétal notamment en terme de remédiation des sols, filtration et gestion des eaux pluviales, amélioration du cadre de vie, etc....Mais le passage de la recherche au développement, qui demanderait un soutien public, ne l'obtient pas. Le végétal fonctionnel n'est qu'un objet de recherche fondamentale.(**versusH296 s'allume**)

Faute de réalisation à mettre en avant du fait d'une faible présence dans les travaux urbains et de l'absence de mise en développement des trouvailles qui restent dans les labos, la filière a peu à dire et se contente d'une communication générique, peu argumentée sur l'importance du végétal dans le cadre de vie,. (versusH483, versusH296 et versus H459→**versusH241**) ni sur son influence positive sur la santé : aucune preuve n'est apportée sur l'intérêt du végétal pour la santé. (versusH241→**versusH162**)

Faute de politique nationale, d'indicateurs objectifs et de reconnaissance d'utilité publique, les enseignements concernant la nature et le végétal ne sont pas développés dans la dernière réforme des programmes du primaire et du secondaire (versusH483, versusH241 et versusH162 → **versusH159**) Ne pouvant s'appuyer ni sur l'acquisition des fondamentaux en milieu scolaire, ni sur des indicateurs scientifiques, l'Interprofession tire partie de l'ignorance du public en matière de botanique et de biologie végétale pour définir sa stratégie de marché, d'autant plus facilement que la filière s'adresse plus aux ménages consommateurs qu'aux collectivités locales. (versusH159, versusH241, versus H483 et versusH459→**versusH187**)

En mettant en avant sans preuve certains bienfaits des végétaux, l'Interprofession alimente des controverses. Un discours se développe sur les dangers de la fréquentation des plantes que ni l'éducation ni les preuves scientifiques ne peuvent enrayer. Ainsi, en l'absence d'études, d'information et de sensibilisation de la population et des professionnels sur les plantes allergènes, un amalgame s'établit entre les différentes causes d'allergie et construit une image négative des plantes. (versusH159, versusH162, versus 241 et versusH187→ **versusH433**). La question des hypersensibilités est prise avec légèreté par l'Interprofession qui persiste dans ses boniments rassurants et sa communication peu argumentée. (retour de versusH433 sur versusH187 et par suite sur versusH241)

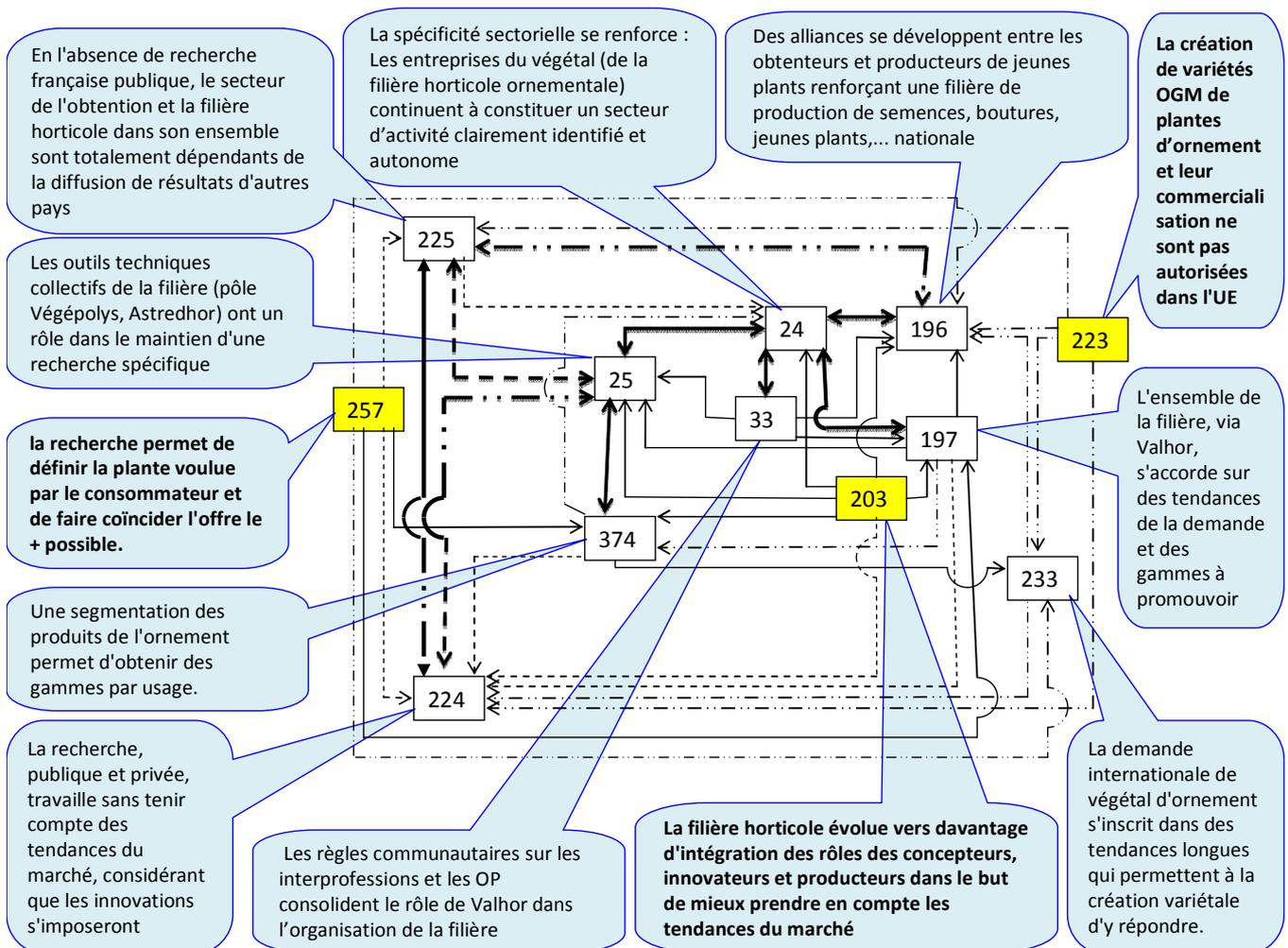
Malgré l'engouement de quelques gériatres et de quelques pédopsychiatre et le remarquable travail de quelques unités hospitalières çà et là, compte tenu du discours sur les dangers liés aux allergies, en l'absence de mobilisation de la filière horticole et du milieu de la santé pour lancer des programmes de recherche susceptibles de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique, la filière perd cette opportunité potentielle. (versusH483, versusH296, versusH162, versus 459, versusH241, versusH433→ **versusH407**)

Finalement le végétal en ville est plutôt mal perçu au point que la place du végétal dans la réalisation des toitures végétalisées reste celle d'un matériau de couverture comme un autre mis en œuvre par les étancheurs, sans qu'il soit jugé utile de permettre une intervention directe des entreprises du paysage. La commande publique se développe peu sur ce segment et les entreprises de la filière du végétal ne sont pas associées aux réflexions sur la gestion des eaux pluviales. Le marché des TTV demeure inaccessible aux professionnels du végétal. (versusH296, versusH483, versus 259 et versus459→ **versus 390**)

Dans ce contexte de suspicion sur le végétal, de frilosité de la commande publique, sans développement de nouvelles fonctionnalités qui intégrerait plus de technologie dans les métiers, les métiers du végétal, dont on ne parle pas à l'école, ont une image de travail manuel, rebutante pour les jeunes notamment les diplômés qui ne cherchent pas à intégrer la filière. (versusH390, versusH296, versusH459 et versusH159→**versusH8**).

› Agrégat n°3 : Filière & recherche à l'écoute des consommateurs

	25.0	224.0	225.0	24.0	33.0	223.0	196.0	257.0	203.0	233.0	374.0	197.0
25.0		+/-	-	+	+				+		+	+
224.0	-		+/-			+/-		-	-	+/-	-	-
225.0	-	+				+/-	+/-	-				
24.0	+		-		+		+		+		+/-	+
33.0				+								
223.0												
196.0			+/-	+	+	+/-		+/-	+	+/-		+
257.0	+/-	+/-				+/-			+/-	+/-		
203.0												
233.0						+/-		+/-			+	
374.0	+							+	+			+/-
197.0				+	+			+	+			



n°	I	D	Agrégat n°3
374	5	4	Une segmentation des produits de l'ornement permet d'obtenir des gammes par usage. Vs <i>La segmentation des produits de l'ornement reste très basique. (avec/sans fleur; dedans/dehors; petit/grand;...)</i>
33	5	1	Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP consolident le rôle de Valhor dans l'organisation de la filière Vs <i>Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP fragilisent l'interprofession horticole qui perd son agrément à l'extension des CVO.</i>
257	7	6	la recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le + possible. Vs <i>Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.</i>
223	5	0	La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation ne sont pas autorisées dans l'UE vs <i>la commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE.</i>
25	6	7	Les outils techniques collectifs de la filière (pôle Végépolys, Astredhor) ont un rôle dans le maintien d'une recherche spécifique vs <i>Les outils techniques collectifs de la filière rejoignent des structures moins spécialisées, ce qui dilue la spécificité</i>
203	7	8	La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché vs <i>La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.</i>
197	6	4	L'ensemble de la filière, via valhor, s'accorde sur des tendances de la demande et des gammes à promouvoir vs <i>Aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble.</i>
225	6	5	En l'absence de recherche française publique, le secteur de l'obtention et la filière horticole dans son ensemble sont totalement dépendants de la diffusion de résultats d'autres pays Vs <i>La recherche publique française travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales, pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères.</i>
196	3	8	Des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. vs <i>Aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger.</i>
224	3	8	La recherche, publique et privée, travaille sans tenir compte des tendances du marché, considérant que les innovations s'imposeront. Vs <i>La recherche, publique et privée est pilotée par les besoins exprimés par les opérateurs d'aval en fonctions des tendances du marché.</i>
24	4	7	La spécificité sectorielle se renforce : Les entreprises du végétal (de la filière horticole ornementale) continuent à constituer un secteur d'activité clairement identifié (autonome en termes capitalistiques, en termes de produits,...) vs <i>La spécificité sectorielle se dilue : les entreprises du végétal intègrent se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autre (alimentation, décoration, équipements extérieurs,...)</i>
233	4	3	La demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. Vs <i>la demande internationale de végétal d'ornement connaît des réorientations plusieurs fois par an, rendant impossible des réponses par la création variétale.</i>

Sc 3-1

Titre : Innovation à l'écoute du consommateur

Résumé : Une recherche dédiée qui fournit des résultats à une filière organisée intégrant la conception et l'innovation et s'appuyant sur des outils techniques spécifiques.

H257 : La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible.

H203 : La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché

Variante a H223 : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE

Variante b versus H223 : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE

Les travaux d'analyse et de modélisation des goûts des consommateurs en matière de végétal d'ornement ont progressé et la recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible (**H257 s'allume**). Ces nouvelles perspectives ont encouragé la recherche à prendre des végétaux d'ornement comme modèle d'étude. Ainsi, la recherche publique française travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales, pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères. (H257 → **versus H225** par cette voie)
 Mais, la création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE (**H223 s'allume**) ce qui conduit à privilégier d'autres voies d'obtention que les OGM et grâce aux travaux de la recherche française, notamment en biotechnologies non OGM, le secteur de l'obtention reste relativement autonome H223 → **versus H225** confirmé par cette voie).

Les goûts et préférences des consommateurs s'avèrent relativement stables, les effets de mode fugaces n'impactent qu'une part marginale de la demande. Par ailleurs, les consommateurs en refusant les OGM, refusent également une accélération de l'innovation variétale ainsi, la demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. (H257 et H223→H233).

La prise en compte des attentes structurelles des consommateurs se traduit par la mise en place d'une segmentation des produits de l'ornement avec des gammes par usage qui facilitent le repérage du consommateur, et qui, en diminuant ses erreurs de choix et les facteurs de déception inscrit ses préférences dans un temps long qui permet des réponses en terme de création variétale. (H257→H374→H233 confirmé par cette voie.)

La possibilité de mieux faire coïncider l'offre avec les attentes des consommateurs est saisie par la filière qui organise désormais un rendez-vous annuel pour définir les tendances.

L'ensemble de la filière, via Valhor, s'accorde sur des tendances de la demande et des gammes à promouvoir. (H257→H197 par cette voie)

La recherche publique française travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales, pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères et pour approvisionner avec des résultats fondamentaux les outils de recherche technique spécifiques à la filière (versusH225 → H25), et, réciproquement, grâce aux remontées d'expérimentation et au développement de techniques culturelles spécifiques par les structures techniques qui alimentent ainsi la recherche fondamentale.(H25→versusH225). Une recherche fondamentale dédiée et des outils techniques de filière spécifiques vont renforcer la spécificité sectorielle (versusH225 et H25 →H24).

Cette spécificité va faciliter la reconnaissance de Valhor en tant qu'interprofession dotée de pouvoirs en termes d'organisation de la filière et de son offre (H24→H33), ce qui d'une part confirme le rôle des outils techniques de la filière (H33→H25) et d'autre part permet le travail collectif sur la détermination des tendances. (H33→H197)

Le fait que la filière ne se situe pas en aval des tendances, en position réactive, mais plutôt en amont pour les définir est conforté par l'allumage du 3^{ème} moteur H203 : La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché. En effet si la filière intègre les rôles de concepteurs, elle est plus à même de s'accorder sur les tendances à promouvoir (H203→ H197 confirmé par cette voie). Mieux prendre en compte les tendances du marché peut passer par la mise en place d'une segmentation de l'offre par usage des produits (H203→H374), mais aussi par des liens étroits entre la filière et ses outils techniques (H203→H25). L'intégration des rôles de concepteurs, innovateurs et producteurs contribue à renforcer la spécificité sectorielle depuis l'amont de la filière jusqu'à ses débouchés en aval. (H203→H24)

Finalement, différents éléments convergent pour que la recherche, publique et privée soit pilotée par les besoins exprimés par les opérateurs d'aval en fonctions des tendances du marché. (H203, H257, H25, H374, H197 par des influences négatives →versusH224)

Et d'autre part, l'existence d'une recherche horticole nationale, la consolidation de la spécificité sectorielle orchestrée par une interprofession dotée de moyens d'action, et l'intégration des fonctions de conception dans la filière, tout cela converge pour que des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale, d'autant plus que l'interdiction de plantes ornementales OGM ressert quelque peu le marché. (versusH225, H24, H33, H203, H223→H196)

Variante b : versusH223 : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE. Les OGM étant autorisés pour les plantes d'ornement en Europe, la réponse aux attentes des consommateurs et des distributeurs par la création variétale est plus rapide (versusH223→H233) et l'influence des attentes des opérateurs d'aval sur la recherche accrue. (vsH223→vsH224)

Sc 3-2

Titre : Une production performante pilotée de l'extérieur

Résumé : Les résultats de la recherche pour la filière du végétal d'ornement sont récupérés par des prescripteurs extérieurs à la filière, voire à l'étranger

H257 : La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible.

versusH203 : La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.

Variante a H223 : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE

Variante b versusH223 : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE

Dans le même temps, la recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible (**H257 s'allume**) et la filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs. (**versusH203 s'allume**)

Une segmentation fine de l'offre avec des gammes par usages devient possible, (H257→**H374**) mais avec un pilotage extérieur à la filière qui ne porte aucune tendance.
versusH203→ **versusH197**→ +/-H374)

La recherche fondamentale française est très performante et travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales, pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères. (H257→**versusH225**) Mais comme les donneurs d'ordre sont extérieurs à la filière, les outils techniques collectifs de la filière rejoignent des structures moins spécialisées, ce qui dilue la spécificité (versus203, versus197 → **versus25**). La spécificité sectorielle se dilue : les entreprises du végétal intègrent se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autres (alimentation, décoration, équipements extérieurs,...) (versus203, versus197versus25→**versus24**) malgré la performance de la recherche française.

La filière est de moins en moins identifiable et Valhor ne correspond plus à la définition européenne des interprofessions. Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP fragilisent l'interprofession horticole qui perd son agrément à l'extension des CVO, (versus24→versus33) ce qui confirme l'incapacité de la filière à définir des tendances et à maintenir des outils de recherche appliquée spécifiques. (versus33→versus197 et versus25)

Variante a La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation ne sont pas autorisées dans l'UE (**H223 s'allume**). La recherche française contourne l'obstacle et développe des méthodes de création variétale utilisant au besoin d'autres techniques de sélection biotechnologiques. (H223→versusH225)

Les résultats sur la plante voulue par le consommateur et la structuration de l'offre avec des gammes par usage permettent de trouver des solutions par la recherche variétale même sans OGM. La demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre (H223, H257, H374→**H233**)

La spécificité sectorielle étant diluée, l'interpro sans réels moyens d'action, la filière dans l'impossibilité de s'accorder sur des tendances et des gammes à promouvoir, sans enjeu autour des technologies OGM interdites, aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (versusH24, versusH33, versusH203, H223 et H233 malgré H257 et versusH225 →**versusH196**)

Variante b La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE. (**versusH223 s'allume**). L'éventuelle distorsion de concurrence induite par le recours aux OGM dans les pays tiers étant abolie, la recherche publique française travaille suffisamment dans le secteur de l'obtention de variétés ornementales pour le rendre indépendant des résultats des recherches étrangères. (versusH223→versusH225 confirmé)

Les résultats sur la plante voulue par le consommateur et la structuration de l'offre avec des gammes par usage permettent de trouver des solutions par la recherche variétale même avec OGM. La demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. (versusH223, H257, H374→**H233**)

La spécificité sectorielle étant diluée, l'interpro sans réels moyens d'action, la filière dans l'impossibilité de s'accorder sur des tendances et des gammes à promouvoir, sans enjeu autour des technologies OGM autorisées, aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (versusH24, versusH33, versusH203, versusH223 et H233 malgré H257 et versusH225 →**versusH196**)

Sc 3-3

Titre : Recherche sans lien avec la filière

Résumé : Une filière de l'ornement tournée vers sa demande mais privée des découvertes de la Recherche.

versusH257 : Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.

H203 : La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché

Variante a H223 : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE

Variante b versusH223 : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE

Malgré les résultats intéressants obtenus dans les laboratoires de recherche, il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante. (**versusH257 s'allume**). Ce décalage entre les travaux de recherche et la production réelle reflète une séparation des 2 mondes : la recherche, publique et privée, travaille sans tenir compte des tendances du marché, considérant que les innovations s'imposeront. (versusH257→**H224 par cette voie**). Une recherche déconnectée, équivaut à une recherche absente : en l'absence de recherche française publique, le secteur de l'obtention et la filière horticole dans son ensemble sont totalement dépendants de la diffusion de résultats d'autres pays. (versusH257 et H224→**H225**) Les outils techniques spécifiques de la filière sont sous-alimentés : les outils techniques collectifs de la filière rejoignent des structures moins spécialisées, ce qui dilue la spécificité de la filière. (H225 et H224→**versusH25**)

Par ailleurs, la filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché (**H203 s'allume**), par suite, l'ensemble de la filière, via valhor, s'accorde sur des tendances de la demande et des gammes à promouvoir (H203→**H197**). L'élargissement des métiers représentés au sein de l'interprofession dans une dynamique d'anticipation collective de la demande conduit à ce que la spécificité sectorielle se renforce : les entreprises du végétal (de la filière horticole ornementale) continuent à constituer un secteur d'activité clairement identifié (autonome en termes capitalistiques, en termes de produits,...) (H203 et H197→**H24**) ce qui fait de valhor une interpro reconnue au niveau communautaire (H24→**H33**).

Malgré tout, faute d'avoir opérationnalisé les travaux sur la plante voulu par le consommateur, les outils techniques de la filière se sont dilués dans les filières agricoles et la réflexion collective sur la segmentation reste frustrée. (versus H257et versusH25→**versusH374** malgré H203)

Variante a : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE. (**H223 s'allume**) La création variétale utilise donc des voies de sélection classique ; la segmentation des produits de l'ornement étant assez basique, la demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. (H223 et versusH374→**H233**)

Au sein de l'interprofession renforcée, et pour alimenter les tendances observées, des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. ((H197, H33, H203, H24, H223, versusH257 → **H196** malgré H225)

Variante b : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE (**versusH223 s'allume**). La segmentation des produits de l'ornement étant assez basique, la demande internationale de végétal d'ornement s'inscrit dans des tendances longues qui permettent à la création variétale d'y répondre. (versusH223 et versusH374→**H233**). Mais les nouvelles méthodes de sélection stimulées par l'autorisation des organismes GM nécessitent pour leur mise au point une synergie avec les organismes de recherche fondamentale. En France la recherche étant absente des thématiques du végétal d'ornement, la coordination interprofessionnelle du secteur ne suffit pas et aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (H225, versus H223 →**versusH196** malgré H24 et H197)

Sc 3-4

Titre : Absence de synergies

Résumé : Faute de lien avec la recherche et de synergie créative en son sein la filière est dépendante de l'extérieur.

versusH257 : Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.

versusH203 : La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.

Variante a H223 : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE

Variante b versusH223 : La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE

Malgré les résultats intéressants obtenus dans les laboratoires de recherche, il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante. (**versusH257 s'allume**).

Par ailleurs la filière horticole se vit comme une filière agricole et laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs. (**versus H203 s'allume**)

L'exploitation des analyses de la consommation et des consommateurs restent frustrées, faute de mise en pratique et de projection en tendances de marché des connaissances sur les goûts des consommateurs.

La segmentation des produits de l'ornement reste très basique. (avec/sans fleur; dedans/dehors; petit/grand;...) (versusH257 et versusH203 → **versusH374**). Faute de recherche opérationnalisable, de concepteurs et d'innovateurs, les acteurs de la filière qui n'ont pas de secret à partager ne se projettent pas ensemble dans l'avenir, fut-il celui de la saison prochaine. Aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble,. (versusH257 et versusH203 → **versusH197**) ce qui ne fait pas avancer la problématique « segmentation de la gamme par usage ». (versusH197→versusH374 confirmé)

Sans synergie sur les tendances des marchés, et resserrée sur les métiers de la production et de la mise en marché, la spécificité sectorielle se dilue : les entreprises du végétal intègrent se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autres (alimentation, décoration, équipements extérieurs,...). (versusH203 et versusH197→**versusH24**) D'autant plus que l'interprofession s'avère incapable de faire évoluer les règles communautaires. Les règles communautaires sur les interprofessions et les OP fragilisent l'interprofession horticole qui perd son agrément à l'extension des CVO. (versusH24→**versusH33**). Ce qui fragilise sensiblement la R&D spécifique, déjà peu sollicitée par une segmentation de l'offre rudimentaire, une filière qui n'intègre pas les innovateurs et les concepteurs dans ses instances. Les outils techniques collectifs de la filière rejoignent des structures moins spécialisées, ce qui dilue la spécificité. (H225, versusH374, versusH33→**versusH25**)

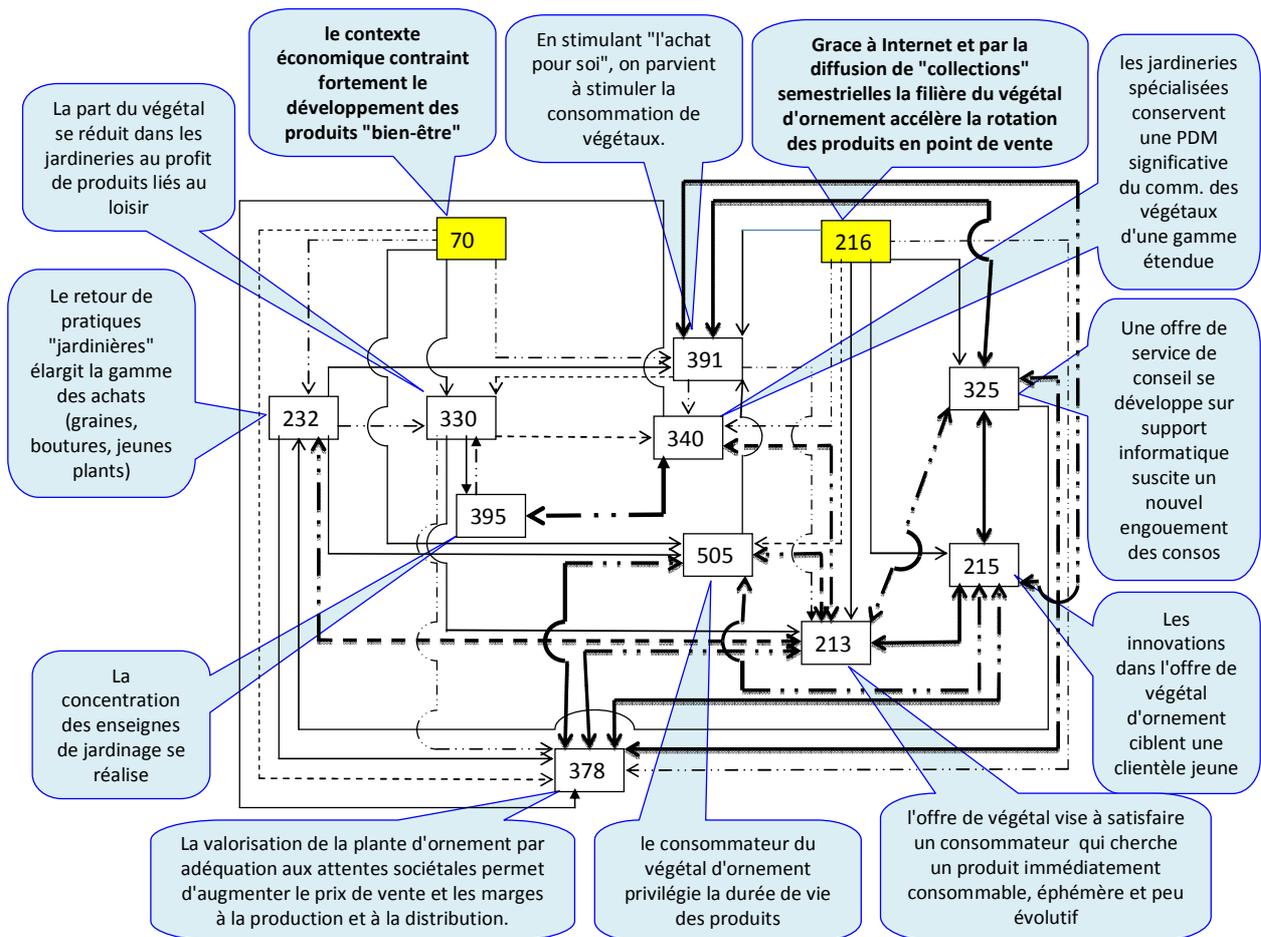
Variante a : La création de variétés OGM de plantes ornementales et leur commercialisation n'est pas autorisée dans l'UE (**H223 s'allume**) La recherche nationale se cantonnant dans des problématiques théoriques et fondamentales sans se préoccuper de leurs applications potentielles, le secteur de l'obtention et la filière horticole dans son ensemble sont totalement dépendants de la diffusion de résultats d'autres pays, dont certains s'interdisent les OGM mais pas tous.(versus H257, H223→**H225**). La perte de spécificité des outils de R&D autrefois dédiés à la filière est aggravée. (H225→versusH25 confirmé).

La sélection variétale reste traditionnelle et ne peut utiliser les traits OGM disponibles sur le marché international (dans les Pays-Tiers). La création variétale ne peut répondre à la demande que si celle-ci est très stable, et structurée par une segmentation basique. (versus374, H223, versusH257→**H233**) Etriquée et peu tournée vers l'innovation, l'interprofession n'est pas en mesure de faciliter le travail commun entre les différents stades de la filière. Aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (H225, versus H257, versusH197, versusH203, versusH33, versusH24, H233→**versusH196**)

Variante b: La commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales est autorisée dans l'UE (**versusH223 s'allume**) La mise en œuvre des traits OGM dans les semences et plants de végétaux d'ornement est le fait d'entreprises qui en attendent des retours sur investissement rapides et sûrs. Or la filière française, déconnectée de sa recherche, incapable de concertation afin d'orienter la demande ne peut se saisir de l'opportunité et aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (**versus H196**)

› Agrégat n°4 : Budget des ménages & accélération d u temps

	325.0	215.0	505.0	216.0	378.0	213.0	391.0	232.0	70.0	330.0	340.0	395.0
325.0		+		+	+/-	+/-	+					
215.0	+		+/-	+	+/-	+	+/-					
505.0		+/-		-	+/-	+/-		+	+			
216.0	+		+/-									
378.0	+	+	+	+/-		+		+	-	+/-	+	
213.0	+/-	+	-	+	+/-		+/-	-		+	+/-	
391.0	+	+	+	+				+	+/-			
232.0	+					+/-			+/-		+	
70.0												
330.0							-	+/-	+			+/-
340.0				+/-		-	+/-			-		+
395.0									+	+	+/-	



n°	I	D	Agrégat n°4
378	5	9	La valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales permet d'augmenter le prix de vente et les marges à la production et à la distribution. Vs La plante d'ornement reste dans une logique de concurrence des prix sur un produit de plus en plus banalisé.
391	5	6	En stimulant "l'achat pour soi", on parvient à stimuler la consommation de végétaux. Vs Les habitudes de consommation de végétaux restent concentrées sur d'achat "pour offrir"
216	7	4	Grace à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente vs le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière
340	4	5	les jardinerie spécialisées conservent une part de marché significative du commerce des végétaux d'une gamme étendue Vs Les GSA et GSB s'imposent dans le commerce des végétaux devenus "standardisés" sur une gamme étroite et mondialisée.
325	6	5	Une offre de service de conseil se développe sur support informatique (application smartphone, alertes pour traiter, pour arroser, etc... ce qui suscite un nouvel engouement des consommateurs vs l'innovation technologique laisse de côté les services au consommateur.
215	5	6	Les innovations dans l'offre de végétal d'ornement ciblent une clientèle jeune vs les innovations dans la filière d'ornement sont adaptées à une clientèle sénior
330	4	4	La part du végétal se réduit dans les jardinerie au profit de produits liés au loisir. Vs L'innovation dans les services va permettre au végétal de maintenir sa place dans le commerce
70	6	0	le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être" vs Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe.
505	5	6	le consommateur du végétal d'ornement privilégie la durée de vie des produits vs le consommateur du végétal d'ornement privilégie le plaisir de changer souvent de végétal.
395	2	3	La concentration des enseignes de jardinage se réalise. Vs Le métier est trop technique pour favoriser l'éclosion de grands groupes de jardinerie.
232	5	4	Le retour de pratiques "jardinières" élargit la gamme des achats (graines, boutures, jeunes plants) vs La standardisation des plantes déjà fleuries s'impose y compris sur le marché des végétaux d'extérieur.
213	7	9	l'offre de végétal vise à satisfaire un consommateur qui cherche un produit immédiatement consommable, éphémère et peu évolutif vs l'offre de végétal tire sa force de la tradition et des consommateur experts et impliqués vis-à-vis d'un produit vivant.

Sc4-1

Titre : Le plaisir malgré les restrictions

Résumé : Malgré leur budget serré, les consommateurs incités par le renouvellement fréquent des collections continuent à acheter des végétaux d'ornements dans les circuits spécialisés.

H70 Le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être"

H216 Grace à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente

La crise économique et financière s'éternise et les ménages ont pris l'habitude d'un budget serré et de l'arbitrage entre les postes de dépenses. Le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être" (**H70 s'allume**)

Par ailleurs la filière utilise Internet pour faire connaître régulièrement les nouvelles collections aux consommateurs qui semblent adhérer au concept : grâce à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente. (**H216 s'allume**)

Les 2 moteurs exercent une contradiction apparente sur H505 : le budget serré pourrait inciter à privilégier la durée de vie des produits (H70→H505+) alors que la mise en avant fréquente de nouveautés pourrait inciter le consommateur du végétal d'ornement à privilégier le plaisir de changer souvent de végétal (H216→H505-)

Le support Internet bien investi par la filière viticole permet aussi la diffusion de bonnes pratiques grâce au développement d'applications d'aide au jardinage ainsi une offre de service de conseil se développe sur support informatique (application Smartphone, alertes pour traiter, pour arroser, etc... ce qui suscite un nouvel engouement des consommateurs (H216→H325+) et facilite un élargissement des achats vers des produits « à cultiver ». Le retour de pratiques "jardinières" élargit la gamme des achats (graines, boutures, jeunes plants) (+→H322+). A travers ces pratiques « jardinières » les consommateurs s'investissent dans la vie, la croissance des plantes, modifient leur rapport au temps et acceptent d'inscrire leur relation au végétal d'ornement dans la durée. Ainsi, le consommateur du végétal d'ornement privilégie la durée de vie des produits. (H232→H505+ par cette voie)

Alors que le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être", comment s'arbitrent les dépenses entre « achat pour soi » et « achat pour offrir » ? La pression de sollicitation via Internet (H216), l'accompagnement dans la prise en main du végétal par des conseils personnalisés (H325), le retour à l'achat de plante « en devenir » plutôt que de plantes déjà fleuries

(H232) convergent pour stimuler l'achat pour soi et par extension la consommation de végétaux (H216, H325, H232→**H391+** confirmé par cette voie).

Les innovations ciblent-elles les jeunes ou les séniors ? Si la mise à disposition de collections semestrielles promues via Internet et le développement d'applications de conseils dématérialisées tendent plutôt à rajeunir la clientèle en captant la génération « petite Poucette » comme l'a caractérisée Michel Serres (H216 et H325→**H215+**), il faudra sans doute l'aide de leaders d'opinion pour que les jeunes générations privilégient la durée de vie des produits et que se crée un marché de l'achat pour soi auprès d'une cible jeune. (H391 et H505→**H215+/-**) Le clivage n'est plus seulement générationnel, ainsi si la communication numérique lève un obstacle de communication avec les plus jeunes, ces jeunes qui tentent l'expérience du végétal s'impliquent : l'offre de végétal tire sa force de la tradition et des consommateurs experts et impliqués vis-à-vis d'un produit vivant. (H215→H213-) ils s'intéressent à sa croissance et aux pratiques « jardinières » (H232→H213-) ... à moins que les innovations ciblées pour une clientèle jeune ne soit des plantes artificielles, donc immédiatement consommable et non évolutive, commercialisée avec des conseils d'utilisation. (H215→**H213+/-** et H325→**H213+/-**)

Bien que le contexte économique ne soit pas favorable, en stimulant l'achat pour soi, la filière stimule la consommation de végétaux d'ornement, ce qui bénéficie au circuit du commerce spécialisé et plus particulièrement aux jardinerie, qui relaient les innovations en BtoC (diffusion des collections semestrielles et accompagnement dans la « prise en main »). Ces innovations dans les services vont permettre au végétal de maintenir sa place dans les jardinerie. (H232 et H391→**H330-**)

La part du végétal se maintenant, le métier reste trop technique pour favoriser l'éclosion de grands groupes de jardinerie.(H330-→**H395-**) mais aussi pour se diluer dans des enseignes généralistes. Ainsi les jardinerie spécialisées conservent une part de marché significative du commerce des végétaux d'une gamme étendue (H330-→H340+) avec l'appui de la part de la clientèle qui cherche une offre complète de produits et services.(H213+/-→H340+)

Au final, l'usage des technologies de l'information au service d'un investissement accru des consommateurs permet que la valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales favorise l'augmentation du prix de vente et des marges à la production et à la distribution. (H70, H216, H505, H213, H215, H232, H330, H340, H391→**H378**)

Sc4-2

Titre : Une plus-value créée par les consommateurs séniors

Résumé : Le soin des plantes en temps de crise sélectionne les consommateurs chez les « séniors »

H70 Le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être"

versusH216 Le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière

La crise économique et financière s'éternise et les ménages ont pris l'habitude d'un budget serré et de l'arbitrage entre les postes de dépenses. Le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être". (**H70 s'allume**)

Faute de pouvoir s'acheter des plantes finies les consommateurs se réapproprient la culture de leurs plantes d'ornement. Le retour de pratiques "jardinières" élargit la gamme des achats (graines, boutures, jeunes plants). (H70→**H232**)

Dans un contexte d'incertitudes générées par la crise économique, les consommateurs cherchent à se rassurer et à s'ancrer dans les traditions, y compris quand il s'agit de végétal d'ornement. Le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière. (**versusH216 s'allume**)

Sous l'effet de la gestion serrée de son budget conjuguée à une consommation au rythme apaisé des saisons et au retour des pratiques jardinières, le consommateur du végétal d'ornement privilégie la durée de vie des produits. (H70, H232 et versusH216→ **H505**)

Ainsi, la demande s'oriente vers des produits dont la durée de vie sera prolongée par les soins apportés par les consommateurs. L'offre de végétal tire sa force de la tradition et des consommateurs experts et impliqués vis-à-vis d'un produit vivant. (versusH216, H232, H505→**versusH213**). Les profils de clientèles expertes, soigneuses et impliquées ne se recrutent pas chez les plus jeunes ! L'innovation cherche à faciliter l'entretien, la manutention,...les innovations dans la filière d'ornement sont adaptées à une clientèle sénior. (versusH216, versusH213 et H505→ **versusH215**) et font peu appel aux technologies à proprement parler : l'innovation technologique laisse de côté les services au consommateur. (versusH213, versusH215 et versus H216→**versusH325**)

Le marché fonctionne plutôt au ralenti, les achats « pour soi » sont rares et sont des investissements sur des plantes en devenir qui seront conservées longtemps. Au final l'essentiel des achats sont des achats de plantes « pour offrir ». Les habitudes de consommation de végétaux restent concentrées sur l'achat

"pour offrir". (versusH216, versusH325, versusH215 →versus 391 mais H70 et H232→H391 d'où +/- **H391**)

Pour satisfaire une clientèle experte et exigeante que ce soit dans le cadre des achats « pour soi » ou des achats « pour offrir », les jardinerie travaillent leur rayon végétal et lui consacrent de l'espace et des moyens importants (versus330), avec un niveau requis de technicité qui limite la concentration des enseignes de jardinage (versusH395) et permet de conserver aux jardinerie spécialisées leur part dans la vente de végétaux.

Un contexte budgétaire serré, une clientèle sénior experte qui privilégie des produits traditionnels de durée de vie longue et des produits à mettre en œuvre (plutôt que des produits finis) n'est pas favorable aux marges à la production comme à la distribution puisque c'est le consommateur qui crée sa valeur ajoutée... (H70, H232, H505, versusH213, versusH215, versusH325→**versusH378**)

Sc4-3

Titre : Des jeunes conquis via les technologies

Résumé : En temps de crise, les jeunes s'achètent souvent des végétaux « tout faits »

versusH70 Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe.

H216 Grâce à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente

La persistance de la crise économique conduit les consommateurs à délaissier les loisirs à l'extérieur (voyages, spectacles, restaurants,...) et à se recentrer sur leur cadre de vie. Ainsi, malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe. (**versusH70 s'allume**) Le contexte de « cocooning » est également favorable à un usage intense d'Internet comme source d'évasion et d'information. La filière du végétal d'ornement s'y positionne avec succès et grâce à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente. (**H216 s'allume**)

La présentation des services et conseils est totalement renouvelée sur les sites et applications dédiées : une offre de service de conseil se développe sur support informatique (application Smartphone, alertes pour traiter, pour arroser, etc.... ce qui suscite un nouvel engouement des consommateurs (H216→**H325**). Les références, positionnements, modes d'émulation sont totalement rajeunis grâce à la dématérialisation ce qui se traduit également à travers l'offre : les innovations dans l'offre de végétal d'ornement ciblent une clientèle jeune (H216, H325→**H215**). La jeunesse est pressée ! Aussi l'offre de végétal vise-t-elle à satisfaire un consommateur qui cherche un produit immédiatement consommable, éphémère et peu évolutif, notamment grâce aux collections semestrielles diffusées par internet relayées par les supports informatiques (H216, H215, H325→**H213**) et le consommateur du végétal d'ornement privilégie le plaisir de changer souvent de végétal, d'autant que ce poste de dépenses est préservé dans son budget. (H216, H215, H213 et H70→**versusH505**). Ce mode de consommation médiatisé et « fashion » se traduit par le développement de l'usage du végétal comme cadeau pour soi même. (H216, H215, H325 mais aussi versusH205→**H391**).

Bien que dans les applications développées sur supports informatiques se trouvent aussi des e-book de jardinage qui peuvent stimuler la redécouverte des pratiques jardinière (H325→**H232**) la tendance à l'immédiat et à l'éphémère et à la plante finie s'impose (versusH70, H213→**versusH232**)

L'existence d'un marché des végétaux soutenu par « l'achat pour soi » incite les jardinerie à laisser une part importante aux végétaux dans leurs surfaces ce qui freine la concentration des enseignes mais ne suffit pas pour conserver aux jardinerie une PDM significative dans le commerce des végétaux, d'autres types de distributeurs sont plus efficaces dans la diffusion des collections semestrielles de plantes immédiatement consommables. (versusH70, versus H232,H391 →**versusH330**, versusH330→**versusH395** et versusH395→**versusH340** malgré versusH330)

Le marché connaît une croissance en volume grâce à la fréquence des achats (des formules d'abonnement tant pour l'intérieur que pour l'extérieur se développent), au renouvellement de la clientèle et au marketing ludique diffusé par les applications informatiques. Les produits n'étant pas destinés à durer et à évoluer des économies de couts de production sont réalisées sur les poteries, terreaux, conservateurs,...ce qui contribue à restaurer les marges de la filière dans un contexte où la distribution non spécialisée, avec sa puissance de marketing et de promotion maintient une pression de concurrence sur les prix unitaires des produits. Mais globalement, la valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales permet d'augmenter le prix de vente et les marges à la production et à la distribution. (versusH70, +/-H232, H213, H215, H325, versusH505, versusH340, versusH330→+/- **H378**)

Sc4-4

Titre : Les séniors offrent de belles plantes

Résumé : Les végétaux d'ornement sont devenus des cadeaux statutaires à la portée des seuls séniors. **versusH70** Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe.

versusH216 Le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière

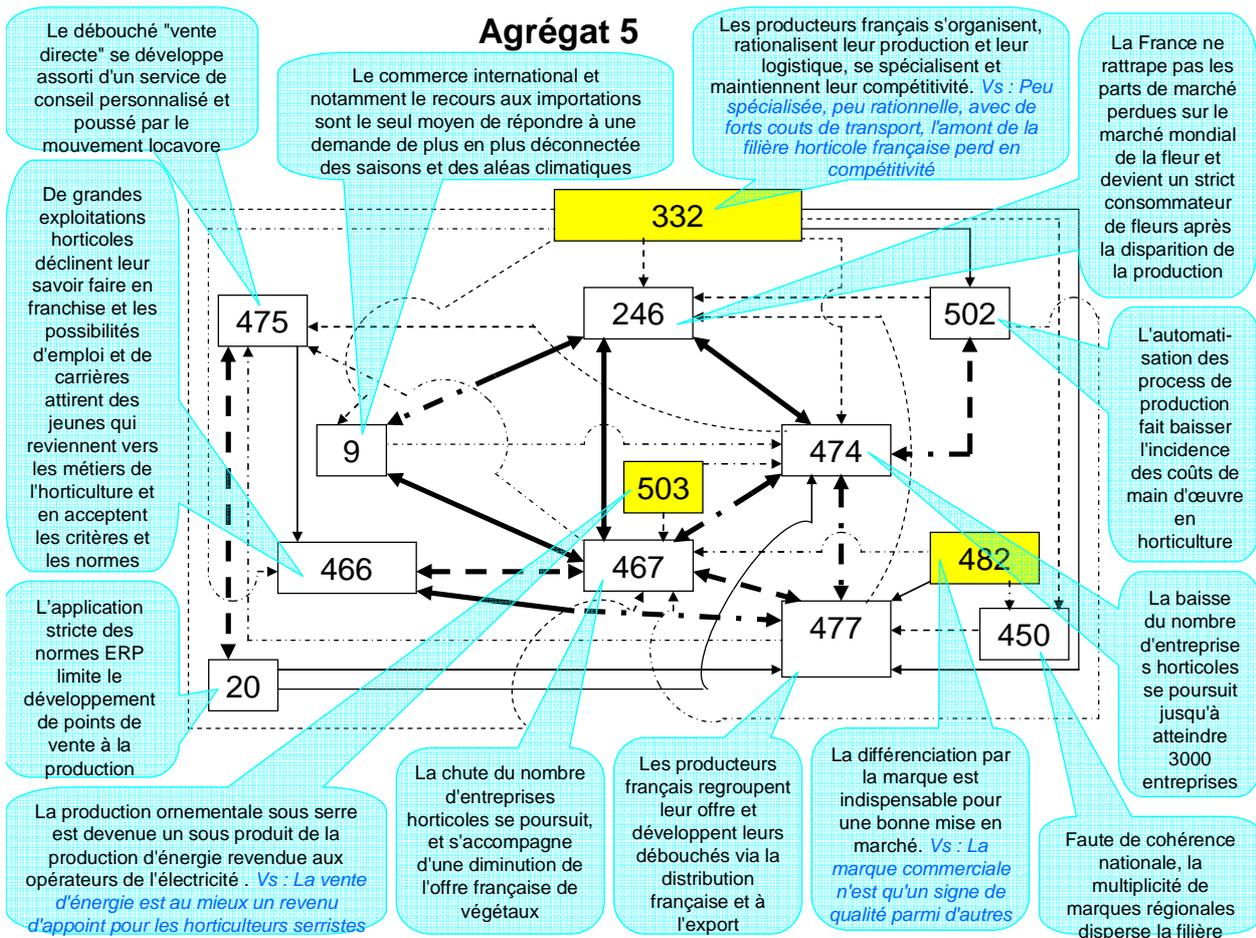
La situation économique ne s'améliore pas et les ménages doivent faire des arbitrages dans leur budget. Les dépenses incontournables en matière d'alimentation, de logement, d'habillement ou de santé sont calculées au plus juste. Certains postes moins essentiels comme les sorties culturelles (concert, théâtre, cinéma,...) ou les plaisirs gastronomiques (vins, restaurant,...) sont sacrifiés. Mais d'autres dépenses visant à adoucir la vie et à créer du « lien social » sont préservées. Ainsi, malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe. (**versusH70 s'allume**) Dans ce contexte d'incertitudes générées par la crise économique, les consommateurs cherchent à se rassurer et à s'ancrer dans les traditions, y compris quand il s'agit de végétal d'ornement. Le temps long du végétal et le retour immuable des saisons et des événements du calendrier rythment l'activité de la filière. (**versusH216 s'allume**) La demande des consommateurs reste traditionnelle et l'innovation technologique laisse de côté les services au consommateur. (Versus 216→**versusH325** par cette voie). Les consommateurs préservent une part raisonnable de leur budget pour les plantes dont ils n'attendent pas de services particuliers, et dans lesquelles ils ne souhaitent pas s'investir particulièrement : ainsi, la standardisation des plantes déjà fleuries s'impose y compris sur le marché des végétaux d'extérieur. (versusH70, versusH325 → **versusH232**). L'offre de végétal vise à satisfaire un consommateur qui cherche un produit immédiatement consommable, éphémère et peu évolutif dont l'achat est dicté par le calendrier traditionnel (muguet en mai, chrysanthème en novembre,...). (H216 et versusH232→**H213**) En répondant à cette demande d'un produit de consommation immédiate, l'offre horticole trouve sa cible et la valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales permet d'augmenter le prix de vente et les marges à la production et à la distribution. (VersusH70, versusH216, H213, versus H325→**H378**)

Tirant sa satisfaction d'un produit fini, « démonstratif », le consommateur du végétal d'ornement privilégie le plaisir de changer souvent de végétal. (versusH70, versusH216, H378, H213→**versusH505**) Sans contribution des technologies, faisant référence à un calendrier « immuable », les innovations dans la filière d'ornement sont adaptées à une clientèle sénior. (versus216 et versus325→versus215) La jeunesse ne parvient pas à s'intéresser à une telle offre même éphémère et d'autant moins qu'elle est assez chère. (malgré versusH505 et H213, H378→ **versusH215**) L'offre de plantes finies, fleuries, sans service assorti est particulièrement adaptée à un achat pour offrir : les habitudes de consommation de végétaux restent concentrées sur d'achat "pour offrir" (versusH216, versusH325, versusH232, versus H215, → **versusH391**).

L'innovation dans les services va permettre au végétal de maintenir sa place dans le commerce. (versusH70 et versusH232→**versusH330**) L'offre est très élaborée et fragile, le métier est trop technique pour favoriser l'éclosion de grands groupes de jardinerie (versusH330→**versus H395**) et, les GSA et GSB s'imposent dans le commerce des végétaux devenus "standardisés" sur une gamme étroite et mondialisée. (versusH395, H213, versusH216 → **versusH340**)

› Agrégat n°5 : Facteurs de compétitivité de la production horticole

	450.0	482.0	475.0	466.0	477.0	332.0	20.0	9.0	467.0	503.0	474.0	502.0	246.0
450.0		+/				-							
482.0													
475.0					+/		-		+/		-		
466.0			+		+	+/			-				
477.0	-	+		+/		+	+		-		+/		
332.0				+/						+/	+/	+/	+/
20.0			-										
9.0						-			+				+/
467.0		+/		-	-	-		+		-	+/	+/	+
503.0													
474.0					+/	-	+	+/	+	+/		+/	+
502.0						+					-		
246.0					-	-	+	+			+	-	



n°	I	D	Agrégat n°5
477	6	7	Les producteurs français regroupent leur offre et développent leurs débouchés via la distribution française et à l'export. Vs Atomisés et inorganisés, les producteurs français ne répondent pas à la demande des
467	7	9	la chute du nombre d'entreprises horticoles se poursuit, et s'accompagne d'une diminution de l'offre française de végétaux Vs le nombre d'entreprises diminue mais par le jeu de la concentration la production horticole se maintient et même progresse.
332	9	8	Les producteurs français s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité vs Peu spécialisée, peu rationnelle, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité
9	3	3	Le commerce international et notamment le recours aux importations sont le seul moyen de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. Vs l'artificialisation de la production française, les techniques de blocage/redémarrage de la floraison, d'accélération de croissance,... permet de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas
20	3	1	L'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) limite le développement de points de vente à la production. Vs Les producteurs détaillants développent leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts" et à des dérogations en matière
482	4	1	la différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché. Vs La marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres.
503	3	2	La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité. Vs La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs
502	4	2	L'automatisation des process de production fait baisser l'incidence des coûts de main d'œuvre en horticulture. Vs La main d'œuvre demeure une charge prépondérante en horticulture.
474	6	8	La baisse du nombre d'entreprises horticoles se poursuit jusqu'à atteindre 3000 entreprises. vs Le nombre d'entreprises se stabilise autour de 4000.
466	3	4	De grandes exploitations horticoles déclinent leur savoir faire en franchise et les possibilités d'emploi et de carrières attirent des jeunes qui reviennent vers les métiers de l'horticulture et en acceptent les critères et les normes. vs Les grandes exploitations ne se développent pas et n'offrent pas de perspectives d'emploi aux
246	4	6	La France ne rattrape pas les parts de marché perdues sur le marché mondial de la fleur et devient un strict consommateur de fleurs après disparition de la production. vs La France se relance sur le marché mondial des fleurs en trouvant sa place sur des niches et des variétés particulières..
450	3	2	Faute de cohérence nationale, la multiplicité de marques régionales disperse la filière. Versus : Une cohérence nationale valorisant l'ensemble de la filière dans la diversité des productions régionales est
475	2	4	le débouché "vente directe" se développe assorti d'un service de conseil personnalisé et poussé par le mouvement locavore. Vs la vente directe est remplacée par le drive de la distribution spécialisée.

Sc 5-1

Titre : Compétitivité et circuits courts

Résumé : La filière s'organise et génère des gains de productivité par l'automatisation, l'artificialisation, la production d'énergie,... améliorant sa compétitivité de l'amont à l'aval, avec des marques, et (**variante a**) sur tous les circuits (courts, longs, export) ou (**variante b**) sur tous les circuits sauf les circuits courts.

H332 : Les producteurs français s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité

H482 : La différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché.

Variante a H503 : La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité.

Variante b versus H503 : La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.

Dans un environnement de plus en plus incertain, changeant, et de moins en moins prévisible, le consommateur conserve un degré de confiance/attirance pour les marques en général, de sorte que la différenciation par la marque est, le plus souvent, indispensable pour une bonne mise en marché. **[hypothèse motrice H482 s'allume]**

Face à l'incertitude croissante du contexte économique, les producteurs français, conscients de leurs points faibles, s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité. **[hypothèse motrice H332 s'allume]**

Dans le prolongement de cette démarche organisationnelle, une cohérence nationale valorisant l'ensemble de la filière dans la diversité des productions régionales est trouvée et mise en place, notamment en ce qui concerne les marques (régionales et/ou d'entreprises) afin d'optimiser l'occupation du terrain commercial (segments de marché et zones géographiques) plutôt que d'opter pour des concurrences franco-françaises trop frontales. [à côté de H482, H332 favorise l'advenue de **versus H450**]

Forte de ces avancées, la filière parachève son organisation, initialement opérée depuis l'amont, jusqu'à l'aval : les producteurs français regroupent leur offre et développent leurs débouchés via la distribution française et à l'export. [H332, H482, et versusH450 favorisent positivement **H477**] Pour mieux répondre aux attentes de ces marchés, de grandes exploitations horticoles déclinent leur savoir faire en franchise, et les possibilités d'emploi et de carrières attirent des jeunes qui reviennent vers les métiers de l'horticulture et en acceptent les critères et les normes. [à côté de H332, H477 favorise l'advenue de **H466**]

Pour une part conséquente de la production française, la rationalisation de l'amont de la filière s'accomplit jusqu'à l'automatisation des processus de production, ce qui fait baisser l'incidence des coûts de main d'œuvre en horticulture. [H332 favorise positivement **H502**]

L'ensemble de ces réorganisations (optimisation commerciale, rationalisation de la production, ...) se traduit par des gains de compétitivité et de positionnement (produit/marché), et permet à la France de se relancer sur le marché mondial des fleurs, notamment en trouvant sa place sur des niches et des variétés particulières. [H332, H477 et H502 favorisent l'advenue de **versusH246**]

Dans ces conditions (concentration, rationalisation, développement et moyens commerciaux), le nombre d'entreprises diminue, mais par le jeu de la concentration la production horticole française se maintient et même progresse. [H482, H502, H466, H332, et versusH246 favorisent négativement H467 → **versusH467**]

Désormais rationalisée, organisée, repositionnée sur le marché, et dotée de structures de tailles (et donc de moyens) suffisantes, la filière horticole française procède à l'artificialisation d'une part de sa production : les techniques de blocage/redémarrage de la floraison, d'accélération de croissance,... permettent de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. [H332, versusH246, et versusH467 → **versusH9**]

Variante a

Avec le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès en termes d'exploitation) dans le courant de la décennie 2020, la production ornementale sous serre devient un sous-produit de la production d'énergie revendue notamment aux opérateurs de l'électricité. [**hypothèse motrice H503 s'allume**]

Porté par l'aggravation du coût des transports, toujours fortement lié à celui du pétrole, le mouvement locavore favorise le débouché "vente directe", qui se développe assorti d'un service de conseil personnalisé. [malgré H477+/- et versusH467+/- mitigés, versusH474 et versusH20 favorisent l'advenue de **H475**] Les producteurs détaillants développent ainsi leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts", et à des dérogations en matière de normes pour l'accueil du public. [H475 → **versusH20**] Rationalisation, concentration et développement de l'activité se conjuguent efficacement [**H466 confirmé** par versusH467 et H475] pour aboutir à une stabilisation du nombre d'entreprises (autour de 4000 en tenant compte de la concentration opérée entre 2015 et 2030 et, plus récemment, du développement du débouché vente directe/circuits courts). [H477+/-, H332, versusH20, versusH467, versusH246-, versusH9+/-, H503+/-, et H502+/- favorisent négativement H474 → **versusH474**]

L'engouement pour les circuits courts ne remet pas en cause le regroupement de l'offre déjà effectuée en direction de la distribution française (hors circuits courts) et à l'export dans la mesure où les coûts et l'organisation logistiques sont optimisés et capables de supporter le renchérissement du transport sans nuire excessivement à la rentabilité de l'activité. [malgré versusH20, **H477 confirmé** par versusH467, H466+/-, et versusH474+/-]

Ce maintien d'un bon niveau de regroupement de l'offre (parallèlement aux circuits courts) associé à la maîtrise de l'artificialisation de la production et à l'automatisation des processus de production limitant l'incidence des coûts de main d'œuvre, permet la poursuite d'une progression de la production horticole française dans des conditions de rentabilité acceptables, [**versusH467 confirmé** par H503, H477, versusH9, et versusH474+/-, **H502 confirmé** par versusH474] notamment sur le marché mondial des fleurs. [**versusH246 confirmé** par versusH9, versusH467, et versusH474+/-]

Variante b

Avec un prix de l'énergie (notamment celui du pétrole) relativement stable et non excessif, et compte tenu de progrès technologiques trop limités des filières d'énergies renouvelables, la vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes. [**hypothèse motrice versusH503 s'allume**]

Dans le cadre d'un nombre d'entreprises plus restreint avec une concentration de l'offre, le remplacement de la vente directe par le drive de la distribution spécialisée est associé à l'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) qui limite le développement de points de vente à la production. [H477+/- et versusH467+/- mitigés, et H20 favorisent l'advenue de **versusH475** → **H20**]

Une production horticole française concentrée s'accommode de la (quasi-)disparition de la vente directe pour fournir les drive, notamment par de grandes exploitations horticoles performantes. [**H466 confirmé** par versusH467, malgré versusH475] Malgré le remplacement de la vente directe par le drive, une production française compétitive parvenant à accroître sa production, développant ses débouchés via la distribution française et à l'export, ayant notamment trouvé sa place sur le marché mondial des fleurs, permet de stabiliser le nombre d'entreprises horticoles en France (ce qui, à terme, pourrait redonner un nouveau souffle à la vente directe). [malgré H20, et avec H477+/-, versusH9+/-, H503+/-, et H502+/-, H332, versusH467-, et versusH246-, favorisent **versusH474**, qui infirmerait versusH475] [malgré H20, **H477 confirmé** par versusH467, H466+/-, et versusH474+/-]

Ainsi, un tel regroupement de l'offre, associé à la maîtrise de l'artificialisation de la production et à l'automatisation des process de production limitant l'incidence des coûts de main d'œuvre (sans négliger la compétitivité de la production sous serre adossée à la vente d'énergie), permet la poursuite d'une légère progression de la production horticole française, [**versusH467 confirmé** par H503, H477, versusH9, et versusH474+/-, **H502 confirmé** par versusH474] notamment sur le marché mondial des fleurs. [**versusH246 confirmé** par versusH9, versusH467, et versusH474+/-]

Sc 5-2

Titre : Offre France et déclinaisons régionales

Résumé : Dans le cadre de déclinaisons régionales de l' « offre France », la filière est compétitive (variante a) sur tous les circuits (courts, longs, export) ou (variante b) sauf sur les circuits courts

H332 : Les producteurs français s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité

versusH482 : La marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres.

Variante a H503 : La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité.

Variante b versusH503 : La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.

Dans un environnement soumis à de fortes pressions sociétales, la marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres et n'est pas indispensable pour une bonne mise en marché. [**hypothèse motrice versusH482 s'allume**]

Face à l'incertitude croissante du contexte économique, les producteurs français, conscients de leurs points faibles, s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité. [**hypothèse motrice H332 s'allume**]

Dans le prolongement de cette démarche organisationnelle, une cohérence nationale valorisant l'ensemble de la filière dans la diversité des productions régionales est trouvée et mise en place, notamment en ce qui concerne les marques régionales afin d'optimiser l'occupation du terrain commercial (concernant prioritairement les zones géographiques plus que les segments de marché) plutôt que d'opter pour des concurrences régionales franco-françaises trop frontales. [à côté de versusH482, H332 favorise l'advenue de **versusH450**]

Forte de ces avancées, la filière parachève son organisation, initialement opérée depuis l'amont, jusqu'à l'aval, toujours en s'assurant du bon agencement des échelons régionaux et national : les producteurs français regroupent leur offre en respectant les distinctions régionales et leur visibilité au sein d'une « offre France », et développent dans cette perspective leurs débouchés via la distribution française et à l'export. [malgré versusH482, H332 et versusH450 favorisent positivement **H477**] Pour mieux répondre aux attentes de ces marchés, de grandes exploitations horticoles déclinent leur savoir faire en franchise, et les possibilités d'emploi et de carrières attirent des jeunes qui reviennent vers les métiers de

l'horticulture et en acceptent les critères et les normes. [à côté de H332, H477 favorise l'advenue de **H466**]

Pour une part conséquente de la production française, la rationalisation de l'amont de la filière s'accomplit jusqu'à l'automatisation des process de production, ce qui fait baisser l'incidence des coûts de main d'œuvre en horticulture. [H332 favorise positivement **H502**]

L'ensemble de ces réorganisations (spécialisation et rationalisation de la production, optimisation commerciale, ...), opérées dans le cadre de déclinaisons régionales de l'« offre France », se traduit par des gains de compétitivité et de positionnement (produit/marché), et permet à la France de se relancer sur le marché mondial des fleurs, notamment en trouvant sa place sur des niches et des variétés particulières. [H332, H477 et H502 favorisent l'advenue de **versusH246**]

Dans ces conditions (concentration, rationalisation, développement et moyens commerciaux – dans le cadre d'ancrages régionaux forts), le nombre d'entreprises diminue, mais par le jeu de la concentration la production horticole française se maintient et même progresse. [versusH482, H502, H466, H332, et versusH246 favorisent négativement H467 → **versusH467**]

Désormais rationalisée et organisée par région, repositionnée sur le marché, et dotée de structures de tailles (et donc de moyens) suffisantes, la filière horticole française procède à l'artificialisation d'une part de sa production : les techniques de blocage/redémarrage de la floraison, d'accélération de croissance, ... permettent de répondre à une demande de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. [H332, versusH246, et versusH467 → **versusH9**]

Variante a

Avec le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès en termes d'exploitation) dans le courant de la décennie 2020, la production ornementale sous serre devient un sous-produit de la production d'énergie revendue notamment aux opérateurs de l'électricité. [**hypothèse motrice H503**]

Porté par l'aggravation du coût des transports, toujours fortement lié à celui du pétrole, le mouvement locavore favorise le débouché "vente directe", qui se développe assorti d'un service de conseil personnalisé. [malgré versusH467+/- mitigé, H477+/-, versusH474 et versusH20 favorisent l'advenue de **H475**] Les producteurs détaillants développent ainsi leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts", et à des dérogations en matière de normes pour l'accueil du public. [H475 → **versusH20**] Rationalisation, concentration et développement de l'activité se conjuguent efficacement, [**H466 confirmé** par versusH467 et H475] toujours dans le cadre de déclinaisons régionales de l'« offre France », pour aboutir à une stabilisation du nombre d'entreprises (autour – ou un peu plus – de 4000 en tenant compte de la concentration opérée entre 2015 et 2030 et, plus récemment, du développement du débouché vente directe/circuits courts). [H477+/-, H332, versusH20, versusH467, versusH246, versusH9+/-, H503+/-, et H502+/- favorisent négativement H474 → **versusH474**]

L'engouement pour les circuits courts ne remet pas en cause le regroupement de l'offre déjà effectuée en direction de la distribution française (hors circuits courts) et à l'export dans la mesure où les coûts et l'organisation logistiques sont optimisés et capables de supporter le renchérissement du transport sans nuire excessivement à la rentabilité de l'activité. [malgré versusH20, **H477 confirmé** par versusH467, H466+/-, et H474+/-]

Ce maintien d'un bon niveau de regroupement de l'offre (parallèlement aux circuits courts) associé à la maîtrise de l'artificialisation de la production et à l'automatisation des process de production limitant l'incidence des coûts de main d'œuvre, permet la poursuite d'une légère progression de la production horticole française dans des conditions de rentabilité acceptables, [**versusH467 confirmé** par H503, H477, versusH9, et versusH474+/-, **H502 confirmé** par versus474] notamment sur le marché mondial des fleurs. [**versus246 confirmé** par versusH9, versusH467, et versusH474+/-]

Variante b

Avec un prix de l'énergie (notamment celui du pétrole) relativement stable et non excessif, et compte tenu de progrès technologiques trop limités des filières d'énergies renouvelables, la vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes. [**hypothèse motrice versusH503**]

Dans le cadre d'un nombre d'entreprises plus restreint avec une concentration de l'offre (regroupement de l'offre aux échelons régionaux jusqu'au national avec une « offre France »), le remplacement de la vente directe par le drive de la distribution spécialisée est associé à l'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) qui limite le développement de points de vente à la production. [H477+/- et versusH467+/- mitigés, et H20 favorisent l'advenue de **versusH475** → H20]

Une production horticole française concentrée s'accommode de la régression de l'activité vente directe pour fournir les drive, notamment par de grandes exploitations horticoles performantes. [H466 **confirmé** par versusH467, malgré versusH475] Malgré cette baisse de la vente directe, une production française structurée et organisée, qui parvient à accroître sa production, développer ses débouchés via la distribution française et à l'export (notamment sur le marché mondial des fleurs), permet de stabiliser le nombre d'entreprises horticoles en France (ce qui, à terme, pourrait redonner un nouveau souffle à la vente directe). [malgré H20, et avec H477+/-, versusH9+/-, versusH503+/-, et H502+/-, H332, versusH467-, et versusH246-, favorisent **versusH474**, qui infirmerait versusH475] [malgré H20, H477 **confirmé** par versusH467, H466+/-, et versusH474+/-]

Ainsi, un tel regroupement de l'offre, associé à la maîtrise de l'artificialisation de la production et à l'automatisation des process de production limitant l'incidence des coûts de main d'œuvre, permet la poursuite d'une légère progression de la production horticole française, [malgré versusH503, **versusH467 confirmé** par H477, versusH9, et versusH474+/-, H502 **confirmé** par versusH474] notamment sur le marché mondial des fleurs [**versusH246 confirmé** par versusH9, versusH467, et versusH474+/-] (ceci, même si la production sous serre ne peut s'adosser que très partiellement, dans le meilleur des cas, à la vente d'énergie pour favoriser sa compétitivité).

Sc 5-3

Titre : Filière déstructurée

Résumé : Variante a Une filière non compétitive à l'exception de producteurs détaillants portés par le mouvement locavore et de la production sous serre adossée à la vente d'énergie

Variante b A côté de marques régionales dispersées, le recours aux importations constitue le seul moyen de répondre à la demande intérieure face au déclin accéléré de l'offre française

versusH332 : Peu spécialisée, peu rationnelle, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité

H482 : La différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché.

Variante a H503 : La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité.

Variante b versusH503 : La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.

Dans un environnement de plus en plus incertain, changeant, et de moins en moins prévisible, le consommateur conserve un degré de confiance/attirance pour les marques en général, de sorte que la différenciation par la marque est, le plus souvent, indispensable pour une bonne mise en marché. [**hypothèse motrice H482 s'allume**]

Peu spécialisé, peu rationnel, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité. [**hypothèse motrice versusH332 s'allume**] Cette absence de cohérence nationale favorise une multiplicité de marques régionales, ce qui disperse la filière (concurrences franco-françaises sur les marques régionales). [à côté de H482, versusH332 favorise l'advenue de **H450**]

Ce défaut de structuration de l'amont se répercute jusqu'à l'aval : atomisés et inorganisés, les producteurs français ne répondent que très insuffisamment à la demande des distributeurs malgré le lancement des diverses marques régionales. [malgré H482, versusH332 et H450 favorisent l'advenue de **versusH477**] Aussi, insuffisamment compétitives et inadaptées vis-à-vis des attentes des distributeurs, les grandes exploitations susceptibles d'offrir des perspectives d'emploi aux jeunes ne se développent pas. [à côté de versusH332, versusH477 favorise l'advenue de **versusH466**]

En l'absence de rationalisation de l'amont de la filière, notamment en matière d'automatisation des process de production, la main d'œuvre demeure une charge prépondérante en horticulture. [versusH332 favorise **versusH502**]

Avec une filière inadéquatement ou insuffisamment organisée et structurée, désavantagée par d'importants coûts de main-d'œuvre, peu compétitive et ne répondant que trop peu aux attentes de la

distribution, la France ne rattrape pas les parts de marché perdues sur le marché mondial de la fleur et devient un strict consommateur de fleurs après disparition de la production, malgré l'existence de marques régionales (trop dispersées et atomisées, manquant de moyens et de visibilité pour influencer significativement sur le devenir de la production de fleurs françaises). [versusH332, versusH477 et versusH502 favorisent l'advenue de **H246**] De plus, dans ces conditions, la chute du nombre d'entreprises horticolas se poursuit, et s'accompagne d'une diminution de l'offre française de végétaux. [versusH482, versusH502, versusH466, versusH332, et H246 favorisent l'advenue de **H467**]

Du fait d'une offre non compétitive et d'une production déclinante, le commerce international et notamment le recours aux importations constitue le seul moyen de répondre à une demande intérieure, par ailleurs de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. [versus332, 246, et 467 → 9]

Variante a

Avec le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès en termes d'exploitation) dans le courant de la décennie 2020, la production ornementale sous serre devient un sous-produit de la production d'énergie revendue notamment aux opérateurs de l'électricité. [**hypothèse motrice 503**]

Porté par l'aggravation du coût des transports, toujours fortement lié à celui du pétrole, le mouvement locavore favorise le débouché "vente directe", qui se développe assorti d'un service de conseil personnalisé. [à côté de H467+/- et versusH477+/- mitigés, versusH20 favorisent l'advenue de **H475**] Les producteurs détaillants développent ainsi leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts", et à des dérogations en matière de normes pour l'accueil du public. [H475 → **versusH20**] Rationalisation, concentration et développement de l'activité se conjuguent efficacement,

Le développement de la vente directe ne freine que partiellement la diminution de l'offre française de végétaux, ce qui s'avère globalement insuffisant pour permettre l'émergence de grandes exploitations performantes. [**versusH466 confirmé** par H467 malgré H475] Et ainsi la continuation de la baisse du nombre d'entreprises horticolas en France se poursuit-elle, [versusH477+/-, versusH332, H467, H246, H9+/-, H503+/-, et versusH502+/- favorisent **H474** malgré versusH20] avec des producteurs français atomisés et inorganisés se trouvant d'autant moins en mesure de répondre aux divers défis au fil du temps (à l'exception d'un nombre trop restreint de producteurs détaillants ayant su tirer parti du créneau des consommateurs optant pour "la proximité et les circuits courts"). [malgré versusH20, **versusH477 confirmé** par H467, versusH466+/-, et H474+/-]

Ainsi, l'absence de rationalisation, d'organisation et de regroupement de l'offre, laissant, notamment, l'incidence des coûts de main d'œuvre entière, signe le déclin de la production horticole française, [**H467 confirmé** par versusH477, H9, et H474+/-, **versusH502 confirmé** par H474] et en tout premier lieu sur le marché des fleurs avec la (quasi-)disparition de la production française [**H246 confirmé** par H9, H467, et H474+/-] ... à l'exception d'un nombre restreint de producteurs détaillants ayant misé sur "la proximité et les circuits courts" portés par le mouvement locavore, et de la production sous serre pouvant adosser sa compétitivité à la vente d'énergie.

Variante b

Avec un prix de l'énergie (notamment celui du pétrole) relativement stable et non excessif, et compte tenu de progrès technologiques trop limités des filières d'énergies renouvelables, la vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes. [**hypothèse motrice versusH503 s'allume**]

Le remplacement de la vente directe par le drive de la distribution spécialisée, qui se fournit plus largement en produits importés, est associé :

- à la diminution de l'offre française de végétaux, inadéquate notamment eu égard aux exigences de la distribution, et à la diminution continue du nombre d'entreprises horticolas qui l'accompagne ;
- et à l'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) qui limite le développement de points de vente à la production.

[versusH477+/-, H467+/-, et H20 favorisent l'advenue de **versusH475** → H20]

Diminution de l'offre française de végétaux, remplacement de la vente directe par le drive, et absence de grandes exploitations performantes expliquent la continuation de la baisse du nombre d'entreprises

horticoles en France, [**versusH466 confirmé** par H467 et versusH475] [versusH477+/-, versusH332, H20, H467, H246, H9+/-, versusH503+/-, et versusH502+/- favorisent **H474** → confirme versusH475] et les producteurs français se trouvent d'autant moins en mesure de répondre à ces divers défis au fil du temps. [à côté de H20, **versusH477 confirmé** par H467, versusH466+/-, et H474+/-]

Ainsi, l'absence de rationalisation, d'organisation et de regroupement de l'offre, laissant, notamment, l'incidence des coûts de main d'œuvre entière, signe le déclin de la production horticole française, [**H467 confirmé** par versusH477, H9, et H474+/-, **versusH502 confirmé** par H474] et en tout premier lieu sur le marché des fleurs avec la disparition de la production française. [**H246 confirmé** par H9, H467, et H474+/-]

Le scénario 5.4 est très proche du 5.3, car avec une filière inorganisée et non compétitive (cf. hypothèse motrice versus332 pour les scénarios 5.3 et 5.4), le fait que la différenciation par la marque soit indispensable (cf. hypothèse 482 pour le scénario 5.3), ou non (cf. hypothèse versus482 pour le scénario 5.4), pour une bonne mise en marché, n'a que très peu d'incidence : les marques ne peuvent être compétitives si la filière ne l'est pas, et si les marques sont compétitives, alors la filière le devient. En conséquence les deux variantes du scénario 5.4 sont mentionnées ci-après uniquement à titre illustratif, et l'on peut considérer en fait qu'elles renvoient aux deux variantes correspondantes du scénario 5.3.

Sc 5-4

Titre : Filière inorganisée

Résumé : Atomisée et désorganisée la production horticole française ne parvient pas à rationaliser ses coûts et laisse le champ libre aux importations, (variante a) malgré le développement de la vente directe ou (variante b) sans même tenter de développer les circuits courts.

versusH332 : Peu spécialisée, peu rationnelle, avec de forts couts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité

versusH482 : La marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres.

Variante a H503 : La production ornementale sous serre est devenue un sous produit de la production d'énergie revendue aux opérateurs de l'électricité.

Variante b versusH503 : La vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes.

Dans un environnement soumis à de fortes pressions sociétales, la marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres et n'est pas indispensable pour une bonne mise en marché. [**hypothèse motrice versusH482 s'allume**]

Peu spécialisé, peu rationnel, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité. [**hypothèse motrice versusH332 s'allume**] Cette absence de cohérence nationale favorise une multiplicité de marques régionales, ce qui disperse la filière. [à côté de versus482, versusH332 favorise l'advenue de **H450**]

Ce défaut de structuration de l'amont se répercute jusqu'à l'aval : atomisés et inorganisés, les producteurs français ne répondent pas à la demande des distributeurs. [versusH332, versusH482, et H450 favorisent l'advenue de **versusH477**] Insuffisamment compétitives et inadaptées vis-à-vis des attentes des distributeurs, les grandes exploitations susceptibles d'offrir des perspectives d'emploi aux jeunes ne se développent pas. [à côté de versusH332, versusH477 favorise l'advenue de **versusH466**]

En l'absence de rationalisation de l'amont de la filière, notamment en matière d'automatisation des process de production, la main d'œuvre demeure une charge prépondérante en horticulture. [versusH332 favorise **versusH502**]

Avec une filière inadéquatement ou insuffisamment organisée et structurée, désavantagée par d'importants coûts de main-d'œuvre, peu compétitive et ne répondant pas aux attentes de la distribution, la France ne rattrape pas les parts de marché perdues sur le marché mondial de la fleur et devient un strict consommateur de fleurs après disparition de la production. [versusH332, versusH477 et versusH502 favorisent l'advenue de **H246**] De plus, dans ces conditions, la chute du nombre d'entreprises horticoles se poursuit, et s'accompagne d'une diminution de l'offre française de végétaux. [versusH482, versusH502, versusH466, versusH332, et H246 favorisent l'advenue de **H467**]

Du fait d'une offre non compétitive et d'une production déclinante, le commerce international et notamment le recours aux importations constitue le seul moyen de répondre à une demande intérieure,

par ailleurs de plus en plus déconnectée des saisons et des aléas climatiques. [versusH332, H246, et H467 → H9]

Variante a

Avec le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès en termes d'exploitation) dans le courant de la décennie 2020, la production ornementale sous serre devient un sous-produit de la production d'énergie revendue notamment aux opérateurs de l'électricité. [**hypothèse motrice H503 s'allume**]

Porté par l'aggravation du coût des transports, toujours fortement lié à celui du pétrole, le mouvement locavore favorise le débouché "vente directe", qui se développe assorti d'un service de conseil personnalisé. Les producteurs détaillants développent ainsi leur part de marché grâce à un engouement des consommateurs pour "la proximité et les circuits courts", et à des dérogations en matière de normes pour l'accueil du public. [à côté de H467+/- et versusH477+/- mitigés, versusH20 favorise l'advenue de **H475** → **versusH20**]

Le développement de la vente directe ne freine que partiellement la diminution de l'offre française de végétaux, ce qui s'avère globalement insuffisant pour permettre l'émergence de grandes exploitations performantes. [**versusH466 confirmé** par H467 malgré H475] Et ainsi la continuation de la baisse du nombre d'entreprises horticolas en France se poursuit-elle, [versusH477+/-, versusH332, H467, H246, H9+/-, H503+/-, et versusH502+/- favorisent **H474** malgré versusH20] avec des producteurs français atomisés et inorganisés se trouvant d'autant moins en mesure de répondre aux divers défis au fil du temps (à l'exception d'un nombre trop restreint de producteurs détaillants ayant su tirer parti du créneau des consommateurs optant pour "la proximité et les circuits courts"). [malgré versusH20, **versuH477 confirmé** par H467, versusH466+/-, et versusH474+/-]

Ainsi, l'absence de rationalisation, d'organisation et de regroupement de l'offre, laissant, notamment, l'incidence des coûts de main d'œuvre entière, signe le déclin de la production horticole française, [**H467 confirmé** par versusH477, H9, et H474+/-, **versusH502 confirmé** par H474] et en tout premier lieu sur le marché des fleurs avec la (quasi-)disparition de la production française [**H246 confirmé** par H9, H467, et H474+/-] ... à l'exception d'un nombre restreint de producteurs détaillants ayant misé sur "la proximité et les circuits courts" portés par le mouvement locavore, et de la production sous serre pouvant adosser sa compétitivité à la vente d'énergie.

Variante b

Avec un prix de l'énergie (notamment celui du pétrole) relativement stable et non excessif, et compte tenu de progrès technologiques trop limités des filières d'énergies renouvelables, la vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes. [**hypothèse motrice versusH503 s'allume**]

Le remplacement de la vente directe par le drive de la distribution spécialisée, qui se fournit plus largement en produits importés, est associé :

- à la diminution de l'offre française de végétaux, inadéquate notamment eu égard aux exigences de la distribution ;
- et à l'application stricte des normes ERP (établissement recevant du public) qui limite le développement de points de vente à la production.

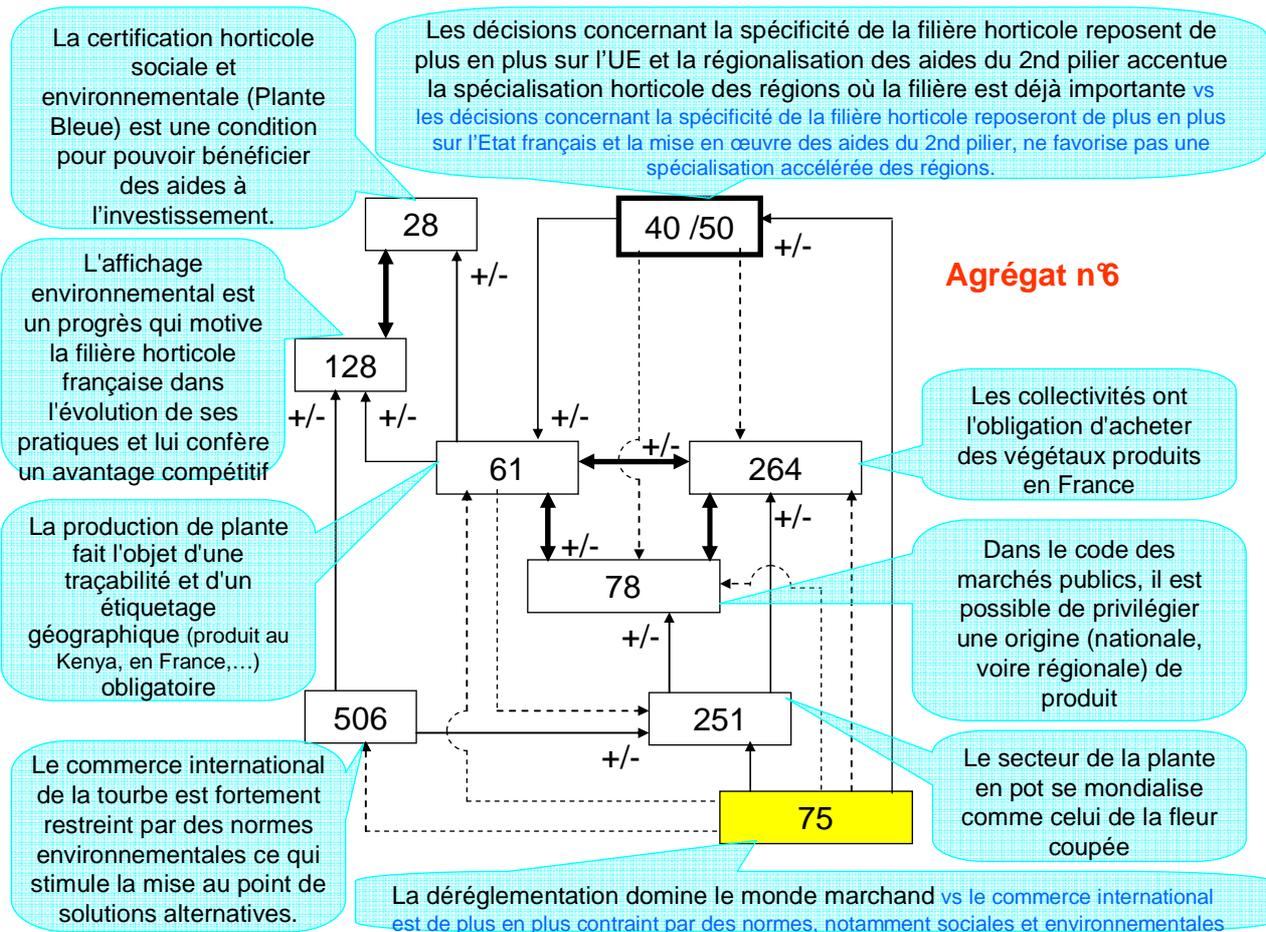
[malgré versusH477+/- et versusH467+/- mitigés, H20 favorise l'advenue de **versusH475** → **H20**]

Diminution de l'offre française de végétaux, remplacement de la vente directe par le drive, et absence de grandes exploitations performantes expliquent la continuation de la baisse du nombre d'entreprises horticolas en France, [**versus466 confirmé** par H467 et versusH475] [versusH477+/-, versusH332, H20, H467, H246, H9+/-, versuHs503+/-, et versusH502+/- favorisent **H474** → confirme versusH475] et les producteurs français se trouvent d'autant moins en mesure de répondre à ces divers défis au fil du temps. [à côté de H20, **versusH477 confirmé** par H467, versusH466+/-, et H474+/-]

Ainsi, l'absence de rationalisation, d'organisation et de regroupement de l'offre, laissant, notamment, l'incidence des coûts de main d'œuvre entière, signe l'inexorable déclin de la production horticole française, [**H467 confirmé** par versusH477, H9, et H474+/-, **versusH502 confirmé** par H474] et en tout premier lieu sur le marché des fleurs avec la disparition de la production française. [**H246 confirmé** par H9, H467, et H474+/-]

› Agrégat n°6 : Règles du commerce

	50.0	28.0	40.0	75.0	251.0	264.0	506.0	78.0	61.0	128.0
50.0										
28.0	+/-								+/-	+
40.0	+			+/-						
75.0										
251.0				+			+/-		-	
264.0			-	-	+/-			+	+/-	
506.0				-						
78.0			-	-	+/-	+			+/-	
61.0			+/-	-		+		+		
128.0		+					+/-		+/-	



n°	I	D	Agrégat n°6
78	2	5	Dans le code des marchés publics, il est possible de privilégier une origine (nationale, voire régionale) de produit. vs <i>l'origine du produit ne peut être un critère figurant dans un appel d'offre.</i>
61	5	4	La production de plante fait l'objet d'une traçabilité et d'un étiquetage géographique (produit au Kenya, en France,...) obligatoire vs <i>La plante reste, dans les états, un être agéographique</i>
128	1	3	l'affichage environnemental est un progrès qui motive la filière horticole française dans l'évolution de ses pratiques et lui confère un avantage compétitif. vs <i>l'affichage environnemental affaiblit la filière horticole</i>
40	3	2	Les décisions concernant la spécificité de la filière horticole reposent de plus en plus sur l'UE vs <i>les décisions concernant la spécificité de la filière horticole reposeront de plus en plus sur l'Etat français.</i>
50	2	0	La régionalisation des aides du 2nd pilier accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante vs <i>La mise en œuvre des aides du 2nd pilier, ne favorise pas une spécialisation accélérée des régions.</i>
75	6	0	la déréglementation domine le monde marchand vs <i>le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales</i>
251	2	3	Le secteur de la plante en pot se mondialise comme celui de la fleur coupée. vs <i>le secteur de la plante en pot ne mondialise qu'une partie de son activité (production de jeunes plants), laissant aux finisseurs européens une part importante de la valeur ajoutée.</i>
506	2	1	Le commerce international de la tourbe est fortement restreint par des normes environnementales ce qui stimule la mise au point de solutions alternatives. vs <i>Le commerce international de la tourbe est suffisamment alimenté par des pays sans contraintes environnementales.</i> <i>Commentaire: solutions alternatives = substrats alternatifs (écorces compostés,...), amélioration de la sécurité sanitaire de la culture en pleine terre ou culture sans substrats (hydroponie) pour toutes les productions ornementales.</i>
28	1	3	La certification horticole sociale et environnementale (Plante Bleue) est une condition pour pouvoir bénéficier des aides à l'investissement. vs <i>L'accès aux aides à l'investissement n'est pas conditionné aux bonnes pratiques sociales et environnementales</i>
264	2	5	les collectivités ont l'obligation d'acheter des végétaux produits en France vs <i>les collectivités achètent selon d'autres critères que la provenance France (durable, moins cher,...)</i>

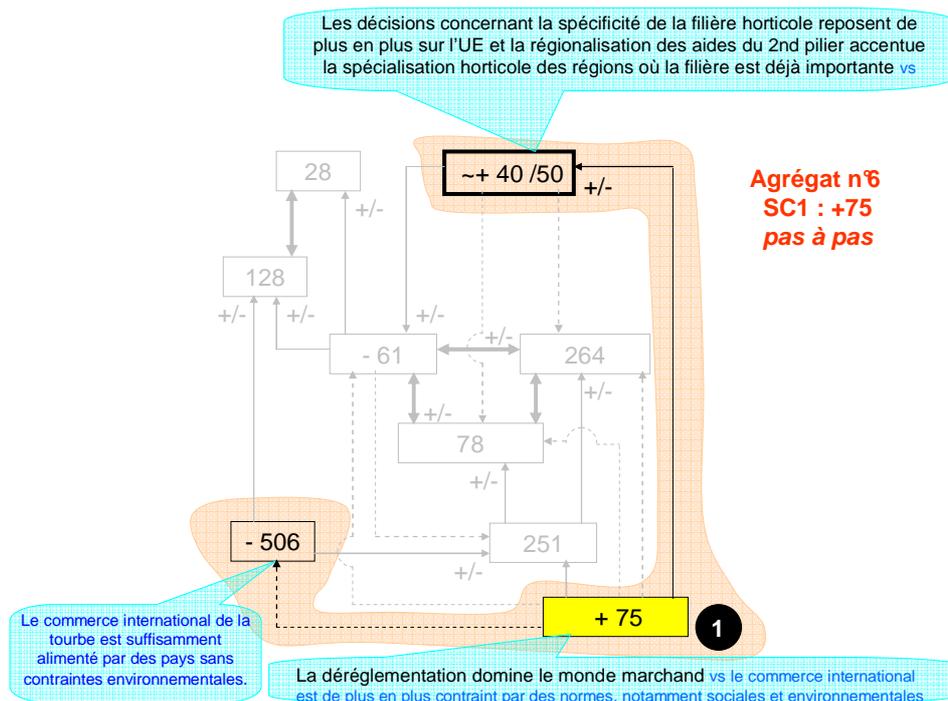
Sc 6-1

Titre : Déréglementation du commerce mondial et concentration géographique de la production

Résumé : La déréglementation du commerce mondial favorise la concentration de la production horticole dans les régions les plus spécialisées, sans que normes et réglementations permettent de favoriser réellement les achats locaux.

H75 La déréglementation domine le monde marchand

Exemple d'écriture « pas à pas »

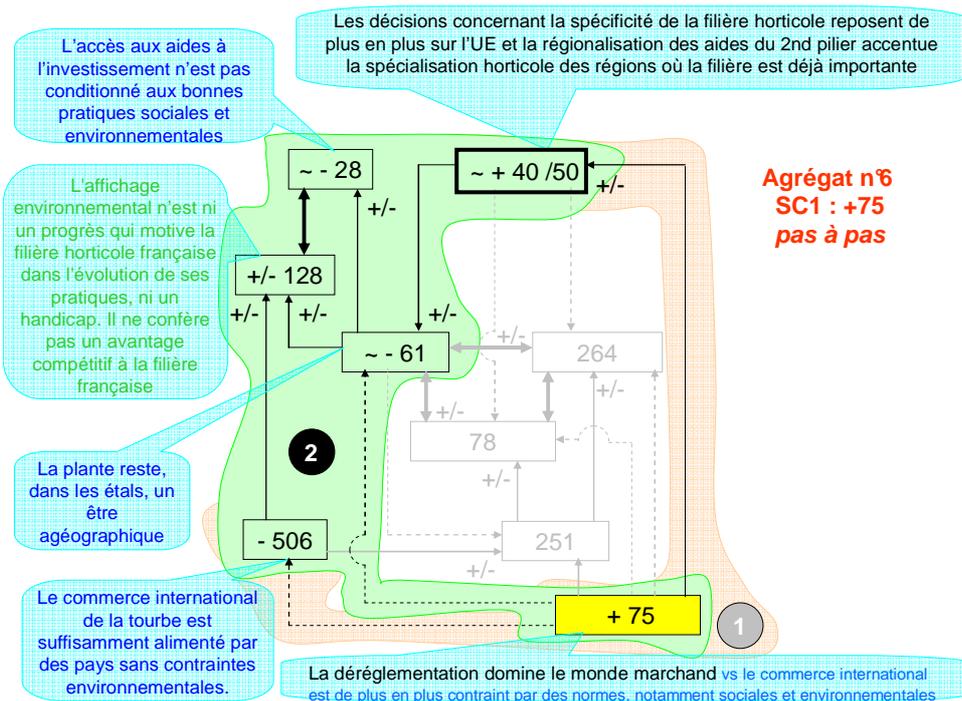


1

L'instabilité économique et sociale mondiale, sur fond de volatilité financière se poursuit. Elle expose à l'insécurité économique les franges de la population les plus fragiles. La volonté de poursuivre une libéralisation réelle des échanges pour permettre aux plus pauvres de s'approvisionner à faible coût l'emporte face aux velléités protectionnistes et conduit à ne quasiment pas contraindre les échanges par des normes sociales et environnementales. La déréglementation domine le monde marchand (**H75 s'allume en recto**).

En conséquence de quoi, le commerce international de la tourbe n'est pas contraint par des normes environnementales et les pays producteurs dans le domaine de l'horticulture ornementale, importateurs de ce substrat continuent de s'approvisionner auprès des pays qui en exportent (Pays baltes et Roumanie par exemple au sein de l'UE), ce qui ne stimule pas la mise au point de techniques alternatives (**+H75 influence négativement sur H506 : versus H506**)

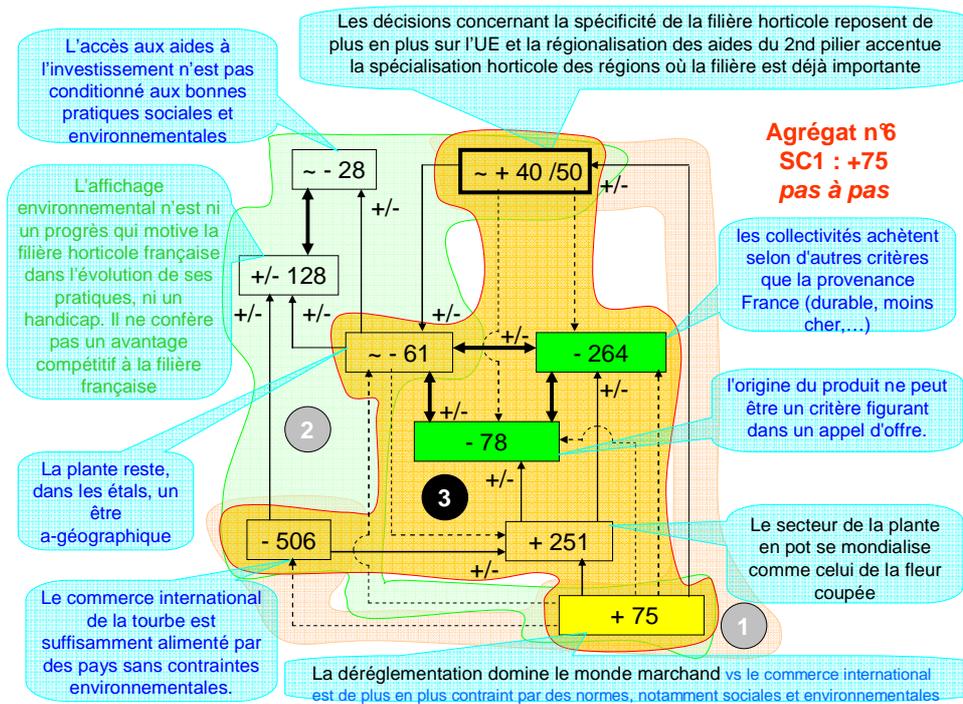
Les préoccupations environnementales et sociales ne pouvant dans ce contexte revêtir des aspects de « protection » face aux importations, notamment en provenance des pays-tiers, la prise en charge de ces préoccupations est à la charge des collectivités territoriales, échelle souvent pertinente d'expression de ces questions. Parmi elles, seules les régions pour lesquelles ces problématiques sont très prégnantes mettent en place des politiques visant à les prendre en charge. En ce sens, si en matière normative, seules les décisions communautaires conservent un sens dans un cadre international où l'on est peu enclin à étendre leur ampleur, c'est via les fonds dévolus aux politiques structurelles régionales que l'influence communautaire se fait sentir. Ainsi, en matière horticole, la régionalisation des aides structurelles, et notamment celles correspondant à l'ex second pilier de la PAC, ne s'expriment-elles à plein (par le jeu du cofinancement régional) que dans les zones où les enjeux, notamment économiques et sociaux de cette filière sont conséquents, ce qui accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante (**influence mitigée de +H75 sur H40/50 : plutôt + H40/50**).



2

La seule arme normative potentielle qui demeure entre les mains de l'UE pour tenter de se protéger des importations des pays-tiers, sans avoir la possibilité de recourir aux normes environnementales et sociales tout en conservant une possibilité d'approvisionnement à bas prix des franges plus fragiles de la population, est de miser sur les consommateurs, et donc sur traçabilité et étiquetage des produits (**influence mitigée de plutôt + H40/50 sur H61 : plutôt + H61 par cette voie**), pour espérer à travers l'intérêt pour l'économie locale et l'inquiétude pour l'environnement, quelque peu favoriser les achats au moins européens (voire nationaux ou locaux dans une approche environnementaliste). Mais l'écart entre intention et réalité des comportements de consommation en situation d'incertitude économique, ainsi que la volonté de déréguler, conduisent à ce que, dans la sphère horticole, coexistent des produits « originaires » plutôt de niche, et une majorité de produits « a-

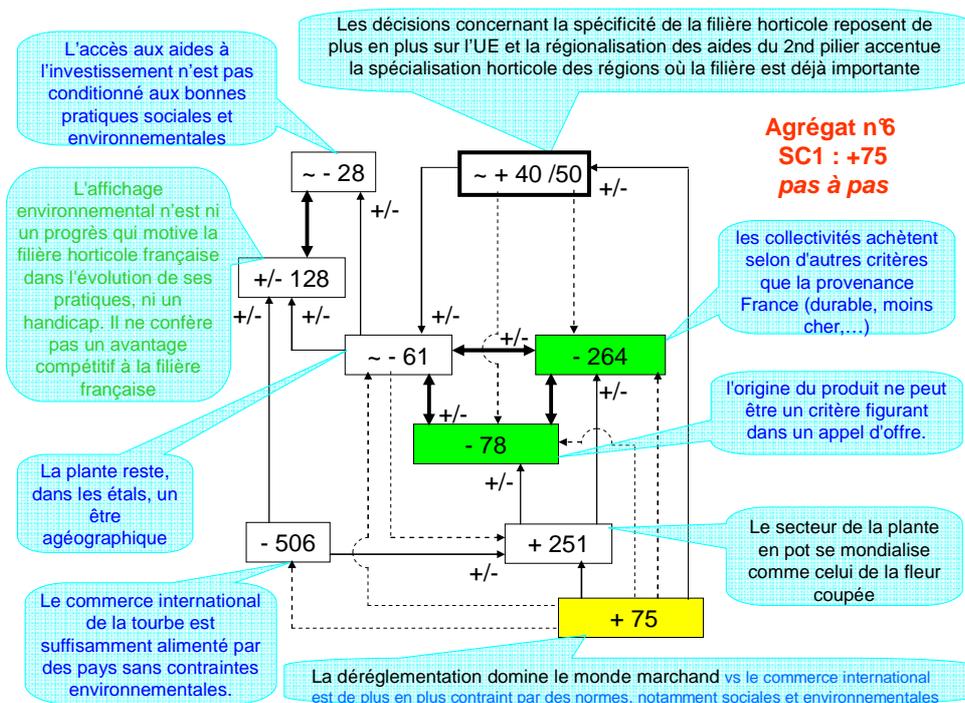
géographiques » sans qu'ils en soient pour autant pénalisés commercialement (**synthèse des influences négative de +H75 et mitigée de +H40/50 sur H61 : plutôt versusH61**).
 Un tel contexte n'est pas favorable à ce qu'une certification type « plante bleue » devienne une condition nécessaire pour accéder aux aides à l'investissement, et ce à la demande, même dans les régions horticoles, des entreprises qui craignent qu'une telle exigence ne soit pas suffisamment valorisable auprès des consommateurs, sauf éventuellement lorsque le client final est la collectivité elle-même (**influence mitigée de plutôt versusH61 sur H28 : plutôt versusH28**).
 In fine, l'affichage environnemental n'est perçu ni comme un gisement potentiel d'avantages compétitifs, ni comme un handicap par les acteurs de la filière horticole française (**synthèse des influences, mitigées de plutôt versusH61 et de versusH506 et positive de plutôt versusH28 sur H128 : +/- H128**).



3

L'internationalisation du marché des substrats, l'absence de réelle pénalisation commerciale pour les produits sans origine, ainsi que la facilitation des échanges permise par la déréglementation conduisent à ce que le secteur de la plante en pot se mondialise à l'instar de celui de la fleur coupée (**synthèse des influences, positive de +H75, négative de plutôt versusH61, et mitigée de H506, sur H251 : +H251**).

La déréglementation mise en avant pour permettre l'approvisionnement à prix bas des fractions les plus exposées de la population, l'internationalisation du marché des plantes en pots poursuivant le mouvement entamé avec les fleurs coupées dès la fin du XXème siècle, la concentration des aides publiques dans les régions déjà spécialisées en horticulture, interdisent à ce que le code des marchés publics favorisent, de plus, une origine nationale ou régionale, phénomène considéré comme une entrave non tarifaire aux échanges : les collectivités n'ont donc pas l'obligation d'acheter des végétaux produits en France, bien qu'elles soient globalement favorables à privilégier le développement local (**synthèse des influences mitigées ou négatives de +H75, plutôt + H40/50, plutôt versusH61 et H251, et du renforcement réciproque entre H264 et H78 : versusH78 et versusH254, avec effet en retour sur plutôt versusH61 : versusH61 conforté**).



Sc 6-2

Titre : Des normes protectrices valorisent la provenance

Résumé : Les normes sociales et environnementales au niveau OMC, ainsi que le second pilier de la PAC protègent des concurrences exclusivement basées sur les coûts et évitent la concentration de la production horticole dans un nombre restreint de régions, et favorisent quelque peu les achats de proximité

versusH75 : Le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales

L'instabilité économique et sociale mondiale, sur fond de volatilité financière se poursuit. Elle expose à l'insécurité économique les franges de la population les plus fragiles. Face à l'instabilité politique qu'engendre cette situation, mais aussi confrontés à l'aggravation des conséquences planétaires des évolutions climatiques, les gouvernements des pays développés imposent progressivement des contraintes sociales et environnementales aux échanges internationaux, tout en demeurant dans le cadre multilatéral de l'OMC. Ces normes ont globalement pour effet de protéger leurs appareils productifs mis à mal par la concurrence des pays émergents, et ainsi conforter la localisation du travail sur leur territoire. **(H75 s'allume en verso).**

En conséquence de quoi, le commerce international de la tourbe est fortement restreint par des normes environnementales et les pays producteurs, dans le domaine de l'horticulture ornementale, jusqu'alors importateurs de ce substrat peinent à continuer de s'approvisionner à l'international, ce qui stimule la mise au point de techniques alternatives. **(versusH75 influence négativement H506 : + H506)**

Les préoccupations environnementales et sociales revêtent des aspects de « protection » face aux importations, notamment en provenance des pays-tiers, mais ces normes, assez générales, au plan international s'imposent également en intra-communautaire. Néanmoins l'intégration communautaire dans ces domaines demeure en retrait relativement à l'intégration économique et financière. Certes, l'étiquetage environnemental des produits prend de l'importance, ainsi que les indications relatives à la responsabilité sociale des entreprises, mais sur ces sujets, une marge de manœuvre nationale demeure, considérant que la subsidiarité en ces matières est plus efficace qu'une intégration totale à l'échelle communautaire. Ces marges de manœuvre nationales et leurs conséquences économiques sont d'autant plus importantes que les secteurs sont originellement assez faiblement intégrés au plan communautaire, ce qui est le cas de la filière horticole. Ainsi par le jeu de la mise en œuvre de ces normes environnementales et sociales au plan national, et la volonté française de veiller à un développement le plus équilibré possible des différentes régions, les aides du second pilier de la PAC ne favorisent pas une spécialisation forte dans le domaine horticole des régions initialement pourvues d'avantages comparatifs, et ce malgré le principe du cofinancement régional : les préoccupations dorénavant fortes de proximité et d'emploi local d'une part, et d'équilibre des territoires au plan national d'autre part freinant la concentration des aides du 2nd pilier dans les seules régions initialement les mieux dotées au plan horticole **(influence mitigée de versusH75 sur H40/50 : plutôt versusH40/50).**

L'apparition des normes sociales et environnementales dans le jeu du commerce international conduit à ce que progressent les notions de provenance et donc la traçabilité des produits le long de la filière. La volonté, notamment de protéger l'emploi local des régions relaie ces mécanismes, par exemple par la mise en place de cahier des charges de marques régionales (ex : « Sud de France en LR »), et ce même si en situation de difficultés économiques, subsiste une demande non négligeable pour des produits sans provenance les moins chers possibles.. **(synthèse des influences négative de versusH75 et mitigée de versusH40/50 sur H61 : plutôt H61).**

Un tel contexte est favorable à ce qu'une certification type « plante bleue » devienne une condition nécessaire pour accéder aux aides à l'investissement. Le coût d'une telle démarche est rendu acceptable pour les entreprises dès lors qu'elle est généralisée au plan national et que ce marché est relativement protégé d'une concurrence directe à bas prix notamment en provenance des pays-tiers **(influence mitigée de plutôt H61 sur H28 : plutôt H28).**

In fine, l'affichage environnemental est plutôt perçu comme un gisement potentiel d'avantages compétitifs par les acteurs de la filière horticole française, et ce dès lors qu'avec l'aggravation des problèmes climatiques, se développe un intérêt croissant des consommateurs pour l'impact environnemental de leur consommation. Ce mécanisme n'infère pas de manière généralisée que le consentement à payer des consommateurs croisse, mais que les produits dépourvus de ce type d'informations soient progressivement disqualifiés **(synthèse des influences, mitigées de plutôt H61 et de H506 et positive de plutôt H28 sur H128 : plutôt +H128).**

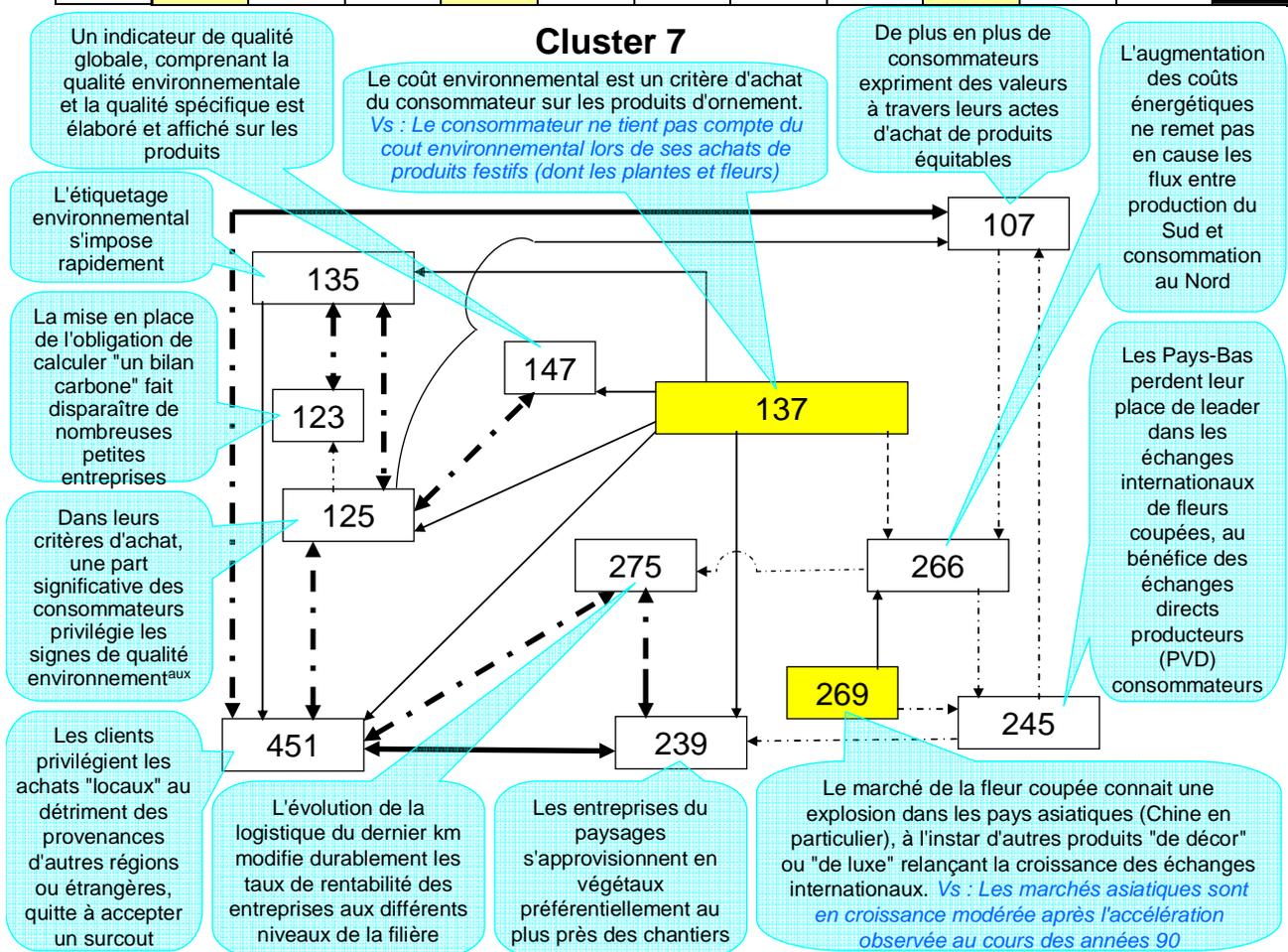
Le recul de l'internationalisation du marché des substrats, la progressive pénalisation commerciale pour les produits sans origine ou sans information environnementale, ainsi que la relative protection vis-à-vis des importations à bas prix en provenance des pays-tiers conduisent à ce que le secteur de la plante en pot ne se mondialise pas à l'instar de celui de la fleur coupée **(synthèse des influences, positive de -H75, négative de plutôt H61, et mitigée de H506, sur H251 : versusH251).**

Le contexte général est favorable à un ralentissement des concurrences internationales et dans une moindre mesure interrégionales. De plus, certaines exigences normatives environnementales offrent un levier pour indirectement favoriser par exemple une origine proche dans un appel d'offre. Néanmoins, les règles intra-UE d'une concurrence a priori libre et non faussée ne permettent pas d'afficher formellement dans les codes des marchés publics des différents pays de l'UE, une préférence nationale ou régionale. Ainsi dans le même ordre d'idée, les collectivités n'ont pas l'obligation d'acheter des végétaux produits en France, sans que cela signifie pour autant que les critères de provenance et/ou de proximité soient absents de leurs appels d'offre **(synthèse des influences mitigées ou négatives de versusH75, plutôt versusH 40/50, plutôt H61 et versusH251, et du renforcement réciproque entre H264 et H78 : +/-H78 et+/- H264, avec effet en retour sur plutôt H61 : H61 conforté).**

› Agrégat n°7 : Demande asiatique & coût environnemental

	451	137	147	125	135	123	239	275	245	269	266	107
451		+		+/-	+		+	+/-				+/-
137	+		+	+	+/-							
147		+		+/-								
125	+/-	+	+/-		+/-							
135		+		+/-		+/-						
123				+/-	+/-							
239	+	+						+	+/-			
275	+/-						+/-				+/-	
245										+/-	+/-	
269									+/-			
266		-								+		+/-
107	+			+					+/-			

Cluster 7



n°	I	D	Agrégat n°7
451	5	6	Les clients privilégient les achats "locaux" au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, quitte à accepter un surcout. Versus : <i>Les clients ignorent les "achats locaux" pour leur préférer les achats à moindre coût.</i>
269	2	1	Le marché de la fleur coupée 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 Vs <i>Les marchés asiatiques sont en croissance modérée après l'accélération observée au cours des années 90'.</i>
123	1	2	La mise en place de l'obligation de calculer "un bilan carbone" fait disparaître de nombreuses petites entreprises vs <i>La mise en place de l'obligation de calculer un "bilan carbone" favorise les petites entreprises innovantes</i>
266	2	3	L'augmentation des coûts énergétiques ne remet pas en cause les flux entre production du Sud et consommation au Nord vs <i>L'augmentation des couts énergétiques est telle qu'elle remet en cause la production dans les pays du Sud pour les marchés du Nord.</i>
137	6	4	Le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement. Vs <i>Le consommateur ne tient pas compte du cout environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs).</i>
245	3	2	Les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées, au bénéfice des échanges directs producteurs (PVD) consommateurs vs <i>Les Pays Bas conservent le monopole en contrôlant les fleurs et les prix</i>
239	2	4	Les entreprises du paysages s'approvisionnent en végétaux préférentiellement au plus près des chantiers Vs <i>Les entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux au moins cher.</i>
125	6	4	Dans leurs critères d'achat, une part significative des consommateurs privilégie les signes de qualité environnementaux vs <i>Dans leurs critères d'achat, une part significative des consommateurs privilégie la production locale (pour des motifs autant sociaux qu'environnementaux).</i>
147	2	2	Un indicateur de qualité globale, comprenant la qualité environnementale et la qualité spécifique est élaboré et affiché sur les produits. Vs <i>Les signes de qualité sont apposés les uns à côté des autres, au consommateur d'en faire la synthèse ou d'en privilégier un.</i>
275	2	3	L'évolution de la logistique du dernier km modifie durablement les taux de rentabilité des entreprises aux différents niveaux de la filière vs <i>les taux de rentabilité des entreprises ne sont pas impactés par l'évolution de la logistique du dernier km.</i>
135	4	3	L'étiquetage environnemental s'impose rapidement vs <i>La mise en œuvre de l'étiquetage environnemental, sous l'effet d'interventions politiques diverses est différée de loin en loin.</i>
107	2	3	De plus en plus de consommateurs expriment des valeurs à travers leurs actes d'achat de produits équitables. Vs <i>Les motivations d'achat restent très diverses et ne sont pas l'expression de valeur par les consommateurs.</i>

Sc7-1
Titre : Nouveaux flux internationaux prenant en compte les signes de qualité environnemental et équitable
Résumé : Sous l'influence des signes de qualité environnementaux, la carte des flux se redessine : des pays du Sud vers l'Asie et en favorisant l'approvisionnement de proximité en Europe ou de produits équitables plus lointains .
H137 : Le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement.
H269 : Le marché de la fleur coupée 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.

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 renouent avec de forts taux de croissance économique) à partir de la 2nde moitié de la décennie 2010. Le marché de la fleur coupée (et à la suite de ce « produit d'appel », celui des plantes en pot) connaît une explosion dans les pays asiatiques (Chine en particulier), à l'instar d'autres produits "de décor" ou "de luxe" contribuant à la croissance des échanges internationaux. **[hypothèse motrice H269 s'allume]**

Avec cette forte demande asiatique, fondée sur de bons fondamentaux économiques régionaux (Asie du sud-est et Extrême-Orient), l'augmentation des coûts énergétiques ne remet pas en cause les flux entre production du Sud (Afrique et certains pays d'Amérique latine) et consommation au Nord portée, de plus en plus, par les pays en forte croissance économique en Asie, lesquels ont les moyens de payer le « surcoût » énergétique. [H269 favorise l'advenue de **H266**]

Les exportations de fleurs et plantes depuis l'Afrique ou l'Amérique latine pour l'Asie se réalisent sous forme d'échanges directs, du pays producteur au pays consommateur. En conséquence, et compte tenu du poids croissant des marchés asiatiques dans la demande de ces produits, les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées au bénéfice des échanges directs (pays producteurs d'Afrique ou d'Amérique latine vers pays consommateurs d'Asie). [H266 relativement neutre, 269 favorise l'advenue de **H245**]

Avec le desserrement relatif de la contrainte économique (y compris en Europe qui connaît une croissance moindre, 1 à 2 %, que l'Asie, autour de 5 à 6 %), le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement. [**hypothèse motrice H137 s'allume**]

En conséquence, une part significative des consommateurs privilégie les signes de qualité environnementaux, en se fondant notamment sur l'indicateur de qualité globale (qualité environnementale et qualité spécifique par type de produit) nouvellement élaboré, et désormais affiché sur les produits. Dans ces conditions l'étiquetage prenant en compte la dimension environnementale s'impose rapidement, du fait du respect de la réglementation impliquant l'affichage de cet indicateur de qualité globale et des attentes sociétales, plus encore en Europe qu'en Asie (où l'on songe prioritairement à se rapprocher plus encore du niveau de vie occidental), en matière d'environnement. [l'hypothèse motrice H137 entraîne les hypothèses **H125, H147, et H135** dans le même sens, en recto, et les relations entre celles-ci se confortent mutuellement]

En France, la mise en place de l'obligation de calculer un « bilan carbone » favorise les petites entreprises innovantes, mais fait disparaître une part conséquente de celles qui sont moins en pointe, ce qui ne remet pas en cause le développement de l'étiquetage environnemental. [influences mitigées de H125 et H135 sur H123 : **H123+/-**, sans incidence majeure en retour sur **H135+**]

Influencés par l'ensemble des indicateurs ainsi mis en place, les consommateurs, et plus généralement les clients (y compris professionnels désireux de ne pas rester à l'écart de la tendance sociétale en vogue, ne serait-ce que pour une question d'image/communication) privilégient les achats « locaux » au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, quitte à accepter un surcoût, à condition que le différentiel de qualité environnementale mentionnée sur les produits soit significatif à leurs yeux. [influences positives de H137, H135, H125 sur **H451**]

L'acceptation du paiement d'un « surcoût », différentiel de prix raisonnable au regard de la spécificité du produit, de ses conditions de production et de transport, s'étend au-delà des seuls aspects environnementaux et/ou locaux : de plus en plus de consommateurs expriment des valeurs à travers leurs actes d'achat de produits équitables. [influences positives de H451 et H125 sur **H107**] Et, en Asie même, une partie de la frange des consommateurs parmi les plus aisés s'initie à l'achat de produits équitables en provenance d'Afrique ou d'Amérique latine, [influence plutôt positive de H245 sur **H107**] ce qui contribue à conforter le maintien, voire le développement, des flux commerciaux Sud – Nord indépendamment de l'évolution des coûts énergétiques en direction de l'Asie, alors qu'en Europe la prise en compte du coût environnemental par le consommateur tend à limiter les flux d'importations en provenance de pays/régions éloignés. [H107 favorise positivement H266, H137 négativement : au total **H266** demeure positif car le poids de l'Asie devient suffisant pour compenser celui de l'Europe]

Si les pays d'Asie en forte croissance sont moins sensibles à l'argument environnemental, en France et en Europe, les entreprises du paysage s'approvisionnent préférentiellement en végétaux labellisés qualité environnementale et au plus près des chantiers. [influences mitigée de H245 et positives de H137 et H451 sur **H239**]

L'évolution de la logistique du dernier km ne modifie durablement les taux de rentabilité des entreprises aux différents niveaux de la filière horticole française dans un sens négatif que si son bilan carbone plombe les indicateurs de qualité environnementale... entraînant de ce fait des pertes de marchés, clients professionnels et consommateurs. Tel n'est pas le cas pour la majeure partie des entreprises qui ont été capables de s'adapter aux conséquences de l'obligation de calculer un bilan carbone, et en ont de plus tiré les conséquences, notamment en anticipant l'aboutissement des évolutions sociétales en cours

affectant les tendances du marché. [H451 et H239, avec H266 mitigé, voire plutôt négatif, pour l'Europe et la France : au total résultat mitigé **H275+/-**]

Pour ces entreprises, qui ont su s'adapter en anticipant, entreprises paysagistes ou leurs fournisseurs, un cercle vertueux se crée avec l'adhésion des clients (professionnels ou consommateurs) qui privilégient les achats « locaux » dans la mesure où le « surcoût » demeure dans des proportions non excessives et raisonnables, notamment eu égard à l'adéquation des produits « locaux » avec la qualité environnementale souhaitée. [H275+/- favorise H239, H239 et H275+/- confirment **H451**]

Seul léger bémol : l'achat, moyennant également l'acceptation d'un surcoût, par le consommateur français, et européen, de « produits équitables » en provenance d'autres continents (Afrique ou Amérique latine) se développe parallèlement à la prime au « local », venant en limiter ainsi la part de marché. [influence mitigée de H107 sur **H451**]

Sc7-2

Titre : L'Asie tire un marché de compétitivité prix

Résumé : En Asie comme en Europe, un regain de croissance dope une consommation de produits à bas prix. Les entreprises et les ménages valorisent peu les signes de qualité sociaux ou environnementaux.

H269 : Le marché de la fleur coupée 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.

versusH137 : *Le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs).*

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 renouent avec de forts taux de croissance économique) à partir de la 2nde moitié de la décennie 2010. Le marché de la fleur coupée (et à la suite de ce « produit d'appel », celui des plantes en pot) connaît une explosion dans les pays asiatiques (Chine en particulier), à l'instar d'autres produits "de décor" ou "de luxe" contribuant à la croissance des échanges internationaux. [**hypothèse motrice H269 s'allume**]

Avec cette forte demande asiatique, fondée sur de bons fondamentaux économiques régionaux (Asie du sud-est et Extrême-Orient), l'augmentation des coûts énergétiques ne remet pas en cause les flux entre production du Sud (Afrique et certains pays d'Amérique latine) et consommation au Nord portée, de plus en plus, par les pays en forte croissance économique en Asie, lesquels ont les moyens de payer le « surcoût » énergétique. [H269 favorise l'advenue de **H266**]

Les exportations de fleurs et plantes depuis l'Afrique ou l'Amérique latine pour l'Asie se réalisent sous forme d'échanges directs, du pays producteur au pays consommateur. En conséquence, et compte tenu du poids croissant des marchés asiatiques dans la demande de ces produits, les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées au bénéfice des échanges directs (pays producteurs d'Afrique ou d'Amérique latine vers pays consommateurs d'Asie). [H266 relativement neutre, H269 favorise l'advenue de **H245**]

Malgré le desserrement relatif de la contrainte économique (y compris en Europe qui connaît une croissance moindre, 1 à 2 %, que l'Asie, autour de 5 à 6 %), le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental, notamment lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs), car l'environnement passe après le pouvoir d'achat et le niveau de vie : en Europe, après des années de croissance quasi-nulle, on entend profiter de ce regain (même modeste) de croissance et de pouvoir d'achat, en Asie il s'agit de rattraper le niveau de vie occidental et de s'élever dans l'échelle sociale. [**hypothèse motrice versusH137 s'allume**]

En conséquence, une part significative des consommateurs privilégie la production locale plutôt que la qualité environnementale dans la mesure où le « local » s'avère compétitif en termes de prix, tout en véhiculant de plus une image positive (tant du point de vue socio-économique qu'environnemental) : pourquoi payer plus cher, alors que l'on contribue au maintien du tissu socio-économique local tout en évitant des déplacements sur longues distances pour les produits ? Dans un premier temps, la mise en œuvre de l'étiquetage environnemental est différée sous l'effet d'interventions politiques diverses (tant au niveau local que national, du point de vue électoral, la cause environnementale passe après le pouvoir d'achat). Point d'étiquetage environnemental, ni d'indicateur de qualité globale intégrant notamment la qualité environnementale : les signes de qualité reconnus portent sur la qualité spécifique du produit, et

sont apposés les uns à côté des autres : au consommateur d'en faire la synthèse ou d'en privilégier un. [l'hypothèse motrice versusH137 entraîne les hypothèses H125, H147, et H135 dans le même sens, en verso, soit **versusH125**, **versusH147**, et **versusH135** et les relations entre celles-ci se confortent mutuellement]

Avec la confirmation d'une croissance modérée, mais de tout de même de retour, en Europe, et confortée dans les pays émergents d'Asie, les gouvernements optent pour des politiques environnementales qui ne remettent pas en cause la croissance économique, tout en limitant les effets négatifs qu'elle peut avoir sur l'environnement. Ainsi, s'il est convenu que la mise en place de l'obligation de calculer un « bilan carbone » ne doit pas constituer un frein aux échanges commerciaux internationaux, diverses mesures peuvent être prises par les États au niveau national pour favoriser le développement sur leur territoire d'entreprises innovantes dont l'impact de l'activité sur l'environnement s'avère considérablement réduit par rapport à la moyenne du secteur considéré. Dès lors, l'obligation de calculer et d'afficher le bilan carbone ne peut constituer une barrière non tarifaire à l'entrée sur les marchés nationaux, mais il peut constituer un élément de différenciation des produits. En ce sens la mise en place de l'obligation de calculer un « bilan carbone » favorise les petites entreprises innovantes, bien que ceci demeure tempéré par la prévalence du critère pouvoir d'achat sur le critère environnemental pour la grande majorité des consommateurs. Le développement de l'étiquetage environnemental débute ainsi par un indicateur relatif au « bilan carbone ». [influences mitigées de versusH125 et versusH135 sur H123 : plutôt **versusH123** tempéré, avec une incidence en retour sur versusH135 → **H135**]

Malgré ce nouvel indicateur, les clients ignorent les "achats locaux" si le différentiel de coûts de transport ne joue pas suffisamment en leur faveur (compétitivité prix inférieure malgré des coûts de transport moindres), pour leur préférer les achats à moindre coût. [influence positive de H135, mais négatives de versusH137 et versusH125 sur H451 : plutôt **versusH451**]

En Asie comme en Europe, les motivations d'achat ne sont pas l'expression de valeur par les consommateurs, qui n'acceptent généralement pas plus de payer de surcoûts pour l'achat de produits labellisés équitables, que pour des produits à priori meilleurs pour l'environnement. [à côté de H245+/-, influences négatives de versusH451 et versusH125, sur H107 : **versusH107**] Malgré l'augmentation des prix de l'énergie, et compte tenu du faible poids du critère environnemental aux yeux du consommateur, le développement des flux commerciaux Sud – Nord se poursuit, notamment en direction de l'Asie en croissance économique. L'absence de succès des produits équitables ne remet pas en cause cette évolution : le Nord veut bien des produits du Sud, mais au meilleur prix et sans « surcoût » pour préserver son propre pouvoir d'achat. [malgré versusH107, versusH137 influence positivement H266 : au total **H266** demeure positif]

Dans un contexte où l'essentiel de la concurrence se joue sur la compétitivité-prix, en tenant peu compte du coût environnemental (malgré l'affichage « bilan carbone »), ou d'autres justification de types « produit équitable » ou « achat local », les entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux au moins cher. [influences mitigée de versusH245 et négatives de versusH137 et versusH451 sur H239 : **versusH239**]

Dans un contexte de coûts de transports renchérissés, mais qui s'accordent néanmoins avec la poursuite du développement des échanges commerciaux du Sud vers le Nord, et de recherche d'achats au moindre coût, la rentabilité des entreprises n'ayant pas anticipé l'évolution de la logistique du dernier km s'en trouve affectée au bénéfice de leurs concurrentes mieux préparées, et/ou plus innovantes. [versusH451 et versusH239 : H275+/- car tempéré par **H266**]

Pour ces dernières, qui ont su s'adapter en anticipant, entreprises paysagistes ou leurs fournisseurs, le critère de compétitivité prix continue de s'imposer et demeure prioritaire. Les entreprises du paysage ne s'approvisionnent au plus près des chantiers que si cela leur revient moins cher et conforte ainsi leur compétitivité. [H275+/- favorise plutôt 239, mais pas jusqu'à inverser la tendance versusH239, et versusH239 et H275+/- confirment **versusH451**] La mise entre parenthèse des valeurs par les consommateurs va d'ailleurs dans le même sens : on ignore les « achats locaux » pour leur préférer ceux à moindre coût. [versusH107 confirme **versusH451**]

Scénario 7.3

Titre : Marchés internationaux ralentis

Résumé : Importations en provenance des pays du Sud limitées par le renchérissement des coûts de transport et les signes de qualité environnementaux malgré le développement des produits équitables, sur un marché en berne

versusH269 : Les marchés asiatiques sont en croissance modérée après l'accélération observée au cours des années 90'.

H137 : Le coût environnemental est un critère d'achat du consommateur sur les produits d'ornement.

Affectés par les conséquences d'une situation économique et financière mondiale qui ne permet pas de retrouver les taux de croissance économique passés, les marchés asiatiques sont en croissance modérée, notamment celui des produits de l'horticulture d'ornement (fleurs et plantes en pots), contrairement à l'accélération observée au cours des années 1990. [**hypothèse motrice versusH269 s'allume**]

Malgré une croissance en berne, l'économie mondiale subit un renchérissement du prix de l'énergie, globalement toujours très fortement lié à celui du pétrole, dont l'extraction s'avère de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès⁵. L'augmentation des coûts énergétiques est telle qu'elle remet en cause la production horticole dans les pays du Sud pour les marchés du Nord dont la croissance (qui se répercute sur le pouvoir d'achat du consommateur) s'avère insuffisante pour absorber ce surcoût énergétique affectant les coûts de transport des produits. [versusH269 favorise l'advenue de **versusH266**]

Compte tenu du ralentissement de la croissance des marchés asiatiques et autres grands pays émergents (autour de 2 % en moyenne), le poids des pays occidentaux demeure prépondérant dans la demande de fleurs coupées et de plantes en pot. Or, en Europe, même si la consommation est affectée par une morosité économique persistante (croissance quasi-nulle), les Pays-Bas conservent le monopole en contrôlant les fleurs et les prix sur un marché en berne. [versusH266 relativement « neutre », versusH269 favorise l'advenue de **versusH245**]

Malgré le resserrement de la contrainte économique, le coût environnemental est un critère d'achat sur les produits d'ornement pour le consommateur de plus en plus sensible aux enjeux environnementaux (pollution, biodiversité, climat, ressources non renouvelables énergétiques ou autres, ...). [**hypothèse motrice H137 s'allume**]

En conséquence, une part significative des consommateurs privilégie les signes de qualité environnementaux, en se fondant notamment sur l'indicateur de qualité globale (qualité environnementale et qualité spécifique par type de produit) nouvellement élaboré, et désormais affiché sur les produits. Dans ces conditions l'étiquetage prenant en compte la dimension environnementale s'impose rapidement, du fait du respect de la réglementation impliquant l'affichage de cet indicateur de qualité globale et des attentes sociétales en matière d'environnement (car la cause environnementale n'est pas sacrifiée aux impératifs économiques et sociaux). [l'hypothèse motrice H137 entraîne les hypothèses **H125, H147, et H135** dans le même sens, en recto, et les relations entre celles-ci se confortent mutuellement]

En France, la mise en place de l'obligation de calculer un « bilan carbone » favorise les petites entreprises innovantes, mais fait disparaître une part conséquente de celles qui sont moins en pointe, ce qui ne remet pas en cause le développement de l'étiquetage environnemental. [influences mitigées de H125 et H135 sur H123 : **H123+/-**, sans incidence majeure en retour sur **H135+**]

Fondés sur l'ensemble des indicateurs ainsi mis en place, les consommateurs, et plus généralement les clients (y compris professionnels désireux de ne pas aller à l'encontre de la tendance sociétale en vogue, ne serait-ce que pour une question d'image/communication) privilégient les achats « locaux » au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, quitte à accepter un surcoût, à condition que le différentiel de qualité environnementale mentionnée sur les produits soit significatif à leurs yeux. [influences positives de H137, H135, H125 sur **H451**]

L'acceptation du paiement d'un « surcoût », différentiel de prix raisonnable au regard de la spécificité du produit, de ses conditions de production et de transport, s'étend au-delà des seuls aspects environnementaux et/ou locaux : de plus en plus de consommateurs expriment des valeurs à travers leurs actes d'achat de produits équitables. [influences positives de H451 et H125 sur **H107**] Les opérateurs des Pays-Bas tirent partie de leur position dominante afin de rendre à nouveau rentable une

⁵ L'extraction en mer à de grandes profondeurs, ou la production d'hydrocarbures non conventionnels, plus lourds et moins fluides, nécessitent des technologies plus coûteuses que le développement de champs traditionnels, où le coût de production d'un baril est encore inférieur à 10 dollars actuellement : il peut grimper autour de 50 dollars pour l'offshore très profond, ou à 80-90 dollars pour les sables bitumineux du Canada.

partie de la production horticole (sous leur contrôle) des pays du Sud pour les marchés du Nord en optant pour un marketing ciblant une partie de la frange des consommateurs parmi les plus aisés qui s'initie à l'achat de produits équitables en provenance d'Afrique ou d'Amérique latine (le prix de vente pratiqué pour ces produits permet notamment de compenser l'augmentation des coûts énergétiques). [influence plutôt positive de versusH245 sur **H107**]

Cette contribution du segment produits équitables demeure trop limitée, notamment en volumes, pour contrebalancer les effets négatifs associés à la prise en compte du coût environnemental par le consommateur de produits d'ornement (cumulés de plus à ceux d'une croissance en berne) : ainsi, avec des coûts énergétiques élevés, une large partie de la production dans les pays du Sud en direction des marchés du Nord se trouve remise en cause. [H107 favorise positivement H266 tout au moins pour les consommateurs les plus aisés, H137 négativement : au total H266 demeure négatif, soit **versusH266** confirmé]

Malgré le resserrement de la contrainte économique, le coût environnemental est un critère d'achat sur les produits d'ornement pour le consommateur de plus en plus sensible aux enjeux environnementaux (pollution, biodiversité, climat, ressources non renouvelables énergétiques ou autres, ...). [**hypothèse motrice H137**]

Les entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux préférentiellement au plus près des chantiers du fait des « primes » (attentes sociétales) accordées aux achats « locaux » et au différentiel de qualité environnementale (pollution, biodiversité, climat, ressources non renouvelables énergétiques ou autres, ...). [influences mitigée de versusH245 et positives de H137 et H451 sur H239 ⇒ H239]

Dans un contexte de coûts de transports considérablement renchérissés et de pouvoir d'achat contraint, avec des consommateurs, et des professionnels du paysage, favorisant les achats locaux (ou au plus près des chantiers), l'évolution de la logistique du dernier km modifie durablement les taux de rentabilité des entreprises aux différents niveaux de la filière. [versusH266, H451 et H239 favorisent H275, et réciproquement H275 conforte **H239**]

De telles tendances (importance de l'approvisionnement au plus près de chantiers, logistique du dernier km) confirment la préférence des clients pour les achats locaux. [H239 et H275 confirment **H451**] De même, l'importance accordée aux valeurs exprimées par les consommateurs aisés en faveur des produits équitables se retrouve en faveur des achats locaux (quitte là aussi, le cas échéant, à accepter un surcoût). [H107 confirme **H451**]

Sc7.4

Titre : Un marché mondial atone orienté par la compétitivité prix

Résumé : Dans un marché mondial en berne faute de croissance, la performance logistique prime sur les signes de qualité sociaux ou environnementaux. Consommateurs comme entreprise sont le regard rivé sur les prix.

versusH269 : *Les marchés asiatiques sont en croissance modérée après l'accélération observée au cours des années 90'.*

versusH137 : *Le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs).*

Affectés par les conséquences d'une situation économique et financière mondiale qui ne permet pas de retrouver les taux de croissance économique passés, les marchés asiatiques sont en croissance modérée, notamment celui des produits de l'horticulture d'ornement (fleurs et plantes en pots), contrairement à l'accélération observée au cours des années 1990. [**hypothèse motrice versusH269 s'allume**]

Malgré une croissance en berne, l'économie mondiale subit un renchérissement du prix de l'énergie, globalement toujours très fortement lié à celui du pétrole, dont l'extraction s'avère de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès⁶. L'augmentation des coûts énergétiques est telle qu'elle remet en cause la production horticole dans les pays du Sud pour les marchés du Nord dont la croissance (qui se répercute sur le pouvoir d'achat du consommateur) s'avère

⁶ L'extraction en mer à de grandes profondeurs, ou la production d'hydrocarbures non conventionnels, plus lourds et moins fluides, nécessitent des technologies plus coûteuses que le développement de champs traditionnels, où le coût de production d'un baril est encore inférieur à 10 dollars actuellement : il peut grimper autour de 50 dollars pour l'offshore très profond, ou à 80-90 dollars pour les sables bitumineux du Canada.

insuffisante pour absorber ce surcoût énergétique affectant les coûts de transport des produits. [versusH269 favorise l'advenue de **versusH266**]

Compte tenu du ralentissement de la croissance des marchés asiatiques et autres grands pays émergents (autour de 2 % en moyenne), le poids des pays occidentaux demeure prépondérant dans la demande de fleurs coupées et de plantes en pot. Or, en Europe, même si la consommation est affectée par une morosité économique persistante (croissance quasi-nulle), les Pays-Bas conservent le monopole en contrôlant les fleurs et les prix sur un marché en berne. [versusH266 relativement « neutre », versusH269 favorise l'advenue de **versusH245**]

Subissant le resserrement de la contrainte économique, le consommateur ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs) : il regarde d'abord le prix, et ensuite il décide d'acheter ou pas, mais le choix s'effectue, à de rares exceptions près, sans tenir compte du coût environnemental. [**hypothèse motrice versusH137 s'allume**]

En conséquence, et compte tenu notamment du renchérissement des coûts de transport, une part significative des consommateurs privilégie la production locale (pour des motifs plutôt économiques et sociaux qu'environnementaux), et la mise en œuvre de l'étiquetage environnemental est différée de loin en loin sous l'effet d'interventions politiques diverses (tant au niveau local que national, du point de vue électoral, la cause environnementale passe après l'économique et le social). Point d'étiquetage environnemental, ni d'indicateur de qualité globale intégrant notamment la qualité environnementale : les signes de qualité reconnus portent sur la qualité spécifique du produit, et sont apposés les uns à côté des autres : au consommateur d'en faire la synthèse ou d'en privilégier un. [l'hypothèse motrice versusH137 entraîne les hypothèses H125, H147, et H135 dans le même sens, en verso, soit **versusH125, versusH147, et versusH135** et les relations entre celles-ci se confortent mutuellement]

Dans ces conditions, en France, la mise en place de l'obligation de calculer un « bilan carbone » a des conséquences très limitées, car elle répond à une obligation formelle imposée au niveau communautaire, mais dont les conditions d'application sont laissées à l'appréciation des États membres de l'Union : ainsi, en France, les informations du bilan carbone des entreprises sont communiquées aux services de l'État, qui en réalise une synthèse nationale et l'adresse aux services de l'Union. En l'absence d'obligation d'affichage du bilan carbone sur les produits, ceci ne favorise que très marginalement le développement de l'étiquetage environnemental, car seules les petites entreprises innovantes choisissent cette option, sans d'ailleurs en tirer un bénéfice décisif compte tenu du contexte général (cf. notamment primat accordé à l'économique et au social pour la grande majorité des consommateurs français plutôt qu'à l'environnemental), et pour les autres l'absence de communication à ce sujet auprès des consommateurs n'a que très peu de conséquences. [influences mitigées de versusH125 et versusH135 sur H123 : H123+/-, sans incidence majeure en retour sur versusH135]

Les difficultés économiques perdurant, les clients ignorent les "achats locaux" si le différentiel de coûts de transport ne joue pas suffisamment en leur faveur (compétitivité prix inférieure malgré des coûts de transport bien moindres), pour leur préférer les achats à moindre coût. [influences négatives de versusH137, versusH135, versusH125 sur H451 : **versusH451**]

Les motivations d'achat ne sont pas l'expression de valeur par les consommateurs, qui n'acceptent pas plus de payer de surcoûts pour l'achat de produits labellisés équitables, que pour des produits à priori meilleurs pour l'environnement. [influences négatives de versusH451 et versusH125 sur H107 : versusH107] Et, si les Pays-Bas conservent une place prépondérante sur le marché des fleurs c'est également pour des raisons de compétitivité prix incluant une bonne maîtrise des coûts logistiques. [influence plutôt négative de versusH245 sur H107 : **versusH107**] Malgré l'absence, ou la très faible prise en compte du coût environnemental par les consommateurs européens, l'augmentation des coûts énergétiques, conjuguée à la persistance du marasme économique, est telle qu'elle remet en cause une partie de la production dans les pays du Sud pour les marchés du Nord : parmi les produits importés du Sud, seuls ceux bénéficiant d'une logistique de pointe, tout à la fois économe et efficace, parviennent à conserver leurs débouchés au Nord ... dans une configuration qui conforte le pouvoir d'arbitrage des Pays-Bas (import versus production locale dans un contexte de pétrole très cher) sur le marché des fleurs en Europe. [influences de versusH107 et versus137 sur H266 ? au total résultat mitigé, mais H266 demeure globalement plutôt négatif : **versusH266 confirmé**]

Dans un contexte où l'essentiel de la concurrence se joue sur la compétitivité-prix, sans tenir compte du coût environnemental, ni d'aucune autre justification de type « produit équitable » ou « achat local », les

entreprises du paysage s'approvisionnent en végétaux au moins cher. [influences mitigée de versusH245 et négatives de versusH137 et versusH451 sur H239 : **versusH239**]

Dans un contexte de coûts de transports considérablement renchérissés (mais avec des Pays-Bas pour leur part logistiquement au point) et de pouvoir d'achat fortement contraint, avec des consommateurs, et des professionnels du paysage, recherchant les meilleurs prix, l'évolution de la logistique du dernier km modifie durablement les taux de rentabilité des entreprises aux différents niveaux de la filière. [versusH266, versusH451 et versusH239 favorisent **H 275**]

Et les entreprises du paysage ne s'approvisionnent au plus près des chantiers que si cela leur revient moins cher et conforte ainsi leur compétitivité, donc leur part de marché et donc leur rentabilité, le « local » est ainsi soumis au « moindre coût ». [H275 favorise +/-versusH239 tempéré, versusH239 et H275+/- confirment versus451] La mise entre parenthèse des valeurs par les consommateurs va d'ailleurs dans le même sens : on ignore les « achats locaux » pour leur préférer ceux à moindre coût. [versusH107 confirme **versusH451**]

› Des « micro-scénarios » aux « méta-scénarios » : élaboration d'une « méta-matrice »

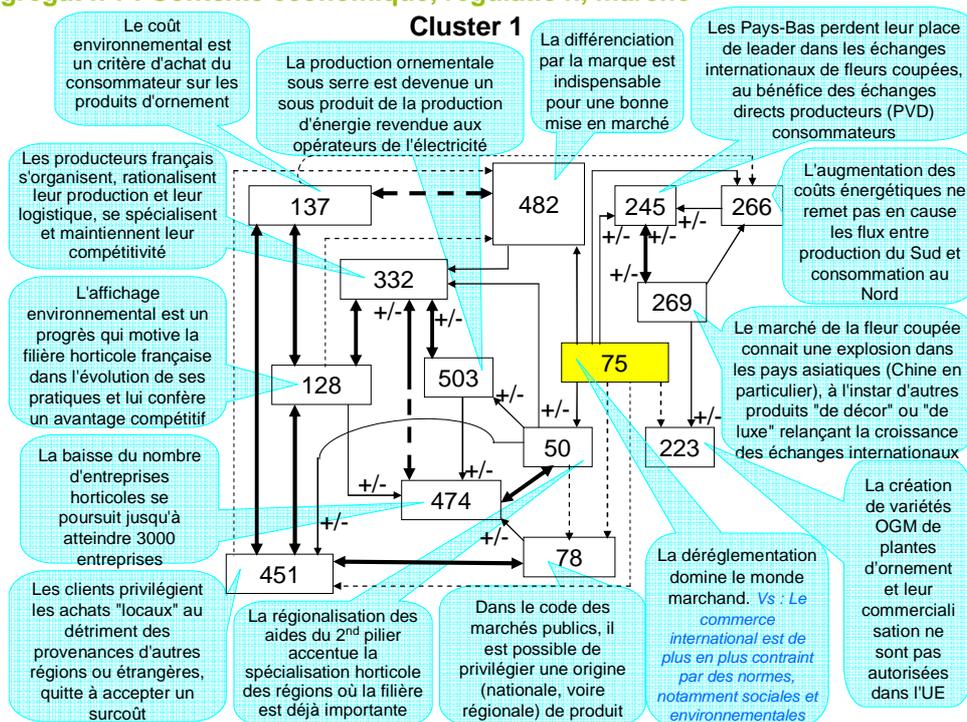
L'appropriation de 34 microscénarios dans l'objectif d'un large partage au-delà du cercle de la cellule d'animation de la prospective, visant à poser les bases d'une réflexion stratégique est ardue. Afin de réduire le nombre de scénarios tout en passant d'histoire ne traitant qu'un volet de la problématique à des histoires pluri thématiques, nous procédons à l'extraction d'une méta matrice en sélectionnant parmi les 83 hypothèses initiales, les hypothèses motrices, les hypothèses résultantes et des hypothèses assurant un passage d'un agrégat à l'autre. Une matrice de 35 hypothèses est ainsi construite. Les liens d'influence dépendance entre les hypothèses restent ceux qui avaient été établis pour la matrice initiale. Un traitement avec le logiciel Hclusterizer présenté précédemment, agglomère les hypothèses en 3 méta agrégats

Méta matrice agrégée

	269	223	75	78	451	137	128	482	50	474	503	332	70	378	216	196	257	374	203	197	24	224	407	415	296	483	459	187	501	356	454	185	15	255	504						
269																																									
223	+/													+/																											
75																																									
78																																									
451																																									
137																																									
128																																									
482																																									
50																																									
474																																									
503																																									
332																																									
70																																									
378																																									
216																																									
196																																									
257																																									
374																																									
203																																									
197																																									
24																																									
224																																									
407																																									
415																																									
296																																									
483																																									
459																																									
187																																									
501																																									
356																																									
454																																									
185																																									
15																																									
255																																									
504																																									

Les 11 méta-scénarios

› Méta-agrégat n°1 : Contexte économique, régulation, marché



Doté d'un seul moteur, ce méta agrégat n'aurait du générer que deux meta scénarios mais la cellule d'animation a souhaité que soit produit un meta scénario intermédiaire entre la libéralisme « sauvage » et la contrainte normative sur les marchés. D'où le 3^{ème} meta scénario. (Méta Sc1-3)

MétaSc 1-1

Titre : Différenciation accrue et compétitivité-prix au sein d'une globalisation renforcée

Résumé : Deux catégories de produits trouvent leurs débouchés au sein d'une économie de plus en plus globalisée, libéralisée et dérégulée : ceux valorisés par la différenciation par les marques (par exemple en exploitant les potentialités offertes par les OGM), et ceux concurrentiels sur le créneau des produits à moindre coût. Commercialisation et production des variétés OGM de plantes ornementales sont autorisées dans l'UE, et la production sous serre est concurrentielle en termes de compétitivité-prix en tant que « co-produit » de la production d'énergie (électricité, ...).

H75 : La déréglementation domine le monde marchand.

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 renouent avec de forts taux de croissance économique) à partir de la 2^{nde} moitié de la décennie 2010. Dans ce contexte, l'OMC promeut avec succès la poursuite d'une libéralisation réelle des échanges qui l'emporte face aux vellétés protectionnistes. Ceci conduit à ne pas contraindre les échanges commerciaux, notamment par des normes sociales et environnementales. La déréglementation domine le monde marchand. **[hypothèse motrice H75 s'allume]**

Avec le regain de libéralisation des échanges et de déréglementation, la commercialisation, et la production des variétés OGM de plantes ornementales sont autorisées dans l'UE. [H75 favorise l'advenue de **versusH223**]

En application du principe de subsidiarité, la mise en œuvre de la politique du 2nd pilier de la PAC (ruralité, développement durable, environnement, ...) est confiée aux régions : les projets éligibles aux aides du 2nd pilier sont cofinancés par des crédits régionaux et chaque programme reflète les priorités régionales, notamment en ce qui concerne les préoccupations environnementales et sociales, lesquelles ne peuvent revêtir des aspects de « protection » face aux importations dans un contexte favorable à la déréglementation et à la libéralisation des échanges sans entraves (tarifaires ou non-tarifaires). Ainsi, en matière horticole, la régionalisation des aides du 2nd pilier de la PAC ne s'exprime pleinement (par le jeu du cofinancement régional) que dans les zones où les enjeux, notamment économiques et sociaux, de cette filière sont conséquents, ce qui accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante. [influence mitigée, plutôt favorable, de H75 sur H50 : plutôt **+H50**]

La déréglementation fondée sur une application stricte des règles de l'OMC, et la concentration des aides publiques dans les régions déjà spécialisées en horticulture, interdisent que le code des marchés publics favorise, de plus, une origine nationale ou régionale, phénomène considéré comme une entrave non tarifaire aux échanges. Ainsi, bien que les collectivités locales soient favorables à privilégier le développement local, l'origine du produit ne peut être un critère figurant dans un appel d'offre. [influences négatives de H75 et H50 sur H78 : **versusH78**]

Les « achats locaux » ne pouvant bénéficier de conditions réglementaires (normes, ...) leur étant plus spécifiquement favorables, les clients préfèrent généralement les achats de produits à moindre coût, obtenus dans le cadre de stratégies « coût/volume » bénéficiant d'un vaste marché globalisé. [malgré H50 mitigé, les influences négatives de H75 et versusH78 favorisent l'advenue de **versusH451** qui confirme versus78] Aussi, dans cette économie à peu près totalement libéralisée et dérégulée, la différenciation par la marque est indispensable pour une bonne mise en marché permettant une valorisation des produits supérieure à celle obtenue dans le cadre de telles stratégies ciblant notamment les « premiers prix ». [H75 et versusH451 favorisent l'advenue de **H482**] La différenciation dispose d'ailleurs d'une palette de possibilités pour s'exprimer élargie avec l'autorisation de la commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales.

Le consommateur arbitre, selon ses moyens et ses préférences, entre des produits fortement différenciés par la marque et des produits à moindre coût, mais il ne tient pas compte du coût environnemental lors de ses achats de produits festifs (dont les plantes et fleurs) car l'environnement passe après le pouvoir d'achat et le niveau de vie : en Europe, après des années de croissance quasi-nulle, on entend profiter de ce regain (même modeste) de croissance et de pouvoir d'achat ; en Asie il s'agit de rattraper le niveau de vie occidental et de s'élever dans l'échelle sociale. Ainsi, les critères environnementaux et/ou locaux n'étant pas portés par ces deux catégories dominantes (produits de marques fortement différenciés ou prix très concurrentiels), l'affichage environnemental ne facilite pas l'acte d'achat du consommateur et affaiblit la filière horticole française. [H482, versusH451 et versusH128 favorisent **versusH137**, et versusH137 et versusH451 favorisent **versusH128**] A contrario, ceci confirme la nécessité de la différenciation par la marque pour une bonne mise en marché (à côté des produits à moindre coût). [**H482 confirmé** par versusH137 et versusH128, et **versusH451 confirmé** par versusH137 et versusH128]

Prenant en compte cette nécessité et décidés à tirer le meilleur parti de l'accentuation de la spécialisation des régions horticoles plus particulièrement favorisées par les aides du 2nd pilier, les producteurs français, conscients de leurs insuffisances, notamment en matière d'adaptation aux conditions de la demande dans un marché globalisé de plus en plus concurrentiel, s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité. Ainsi, les éléments relatifs à l'affichage environnemental sont considérés sous un nouvel angle : tel ou tel aspect environnemental peut, le cas échéant, constituer un élément, parmi d'autres ne relevant pas du domaine environnemental, à intégrer dans une politique de marque pour aboutir in fine à une différenciation produit commercialement efficace. [influences positives de H482 et H50 l'emportent sur l'influence négative de versusH128 : advenue de **+H332** ; et H332 favorise **H128** et donc versusH128 non confirmé]

La réorganisation de la production française ne se limite pas à cibler le créneau des produits de marques fortement différenciés en utilisant en tant que de besoin les possibilités offertes par les variétés OGM : profitant de l'opportunité offerte, dans le courant de la décennie 2020, par le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès) soutenu par la croissance asiatique, la production ornementale sous serre française occupe le créneau des produits à moindre coût en devenant un « co-produit » de la production d'énergie revendue aux opérateurs de ce secteur (les prix de ces « co-produits » peuvent s'adapter aisément aux évolutions du marché pour rester compétitifs en terme de prix puisqu'ils constituent un complément, revenu d'appoint, à la fourniture d'énergie devenue très lucrative). Cette adaptation/transition se réalise d'autant mieux que les régions sont déjà impliquées dans les zones où les enjeux, notamment économiques et sociaux, de la filière horticole sont conséquents. [H50 et H332 favorisent l'advenue de **H503**]

In fine, le nombre d'entreprises horticole (compte non tenu des horticulteurs producteurs détaillants) se situe entre 3000 et 4000 (plus proche de 4000 si l'on comptabilise les entreprises de production sous serre rattachées à des entités dont l'activité principale est la production d'énergie, ou plus proche de 3000 à défaut). [versusH78, H128, et H503 mitigés, H50 positif, H332 négatif : résultat mitigé **+/-H474**] Et, en considérant le maintien d'une production sous serre compétitive, adossée à la production d'électricité, ceci ne remet pas en cause la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante

[H474+/- confirme H50+], et la rationalisation, la spécialisation et la compétitivité de la production française s'en trouvent d'ailleurs confortées. [H503 et H474 mitigés **confirment H332+**]

Compte tenu du faible poids du critère environnemental, qui ne peut servir à lui seul de critère de différenciation aux yeux du consommateur, notamment lors de ses achats de produits festifs, et malgré l'augmentation des prix de l'énergie, le développement des flux commerciaux Sud – Nord se renforce dans un monde dérégulé, plus particulièrement en direction de l'Asie en croissance économique et qui dispose ainsi des moyens de payer le « surcoût » énergétique : le Nord (Asie, Europe) veut bien des produits du Sud (Afrique, Amérique Latine), mais au meilleur prix et sans « surcoût » pour préserver son propre pouvoir d'achat (à défaut, un prix plus élevé doit être justifié par une forte différenciation portée par une marque). [versusH137 et H75 favorisent l'advenue de **H266**]

Les exportations de fleurs et plantes depuis l'Afrique ou l'Amérique latine pour l'Asie se réalisent sous forme d'échanges directs, du pays producteur au pays consommateur. En conséquence, et compte tenu du poids croissant des marchés asiatiques dans la demande de ces produits et de l'importance prise par la Chine dans le domaine financier (la place financière de Hong-Kong a supplanté la bourse de Kuming, traditionnel marché aux fleurs chinois, et concurrence depuis le début de la décennie 2020 la bourse des Pays-Bas), les Pays-Bas perdent leur place de leader dans les échanges internationaux de fleurs coupées au bénéfice des échanges directs (pays producteurs d'Afrique ou d'Amérique latine vers pays consommateurs d'Asie, la Chine ayant remis en cause la prépondérance des Pays-Bas, mais sans s'y substituer pour autant). Dans ce contexte, le marché de la fleur coupée (et dans une moindre mesure celui des plantes en pot) connaît une explosion dans les pays asiatiques (Chine en particulier), à l'instar d'autres produits "de décor" ou "de luxe" contribuant à la croissance des échanges internationaux, ce qui conforte d'autant les flux entre production au Sud et consommation au Nord, spécialement en direction de l'Asie. [à côté de H75 mitigé, H266 et H269 favorisent l'advenue de **H245**, H245 favorise l'advenue de **H269**, **H266 confirmée** par H269]

Ce développement du marché en Asie ne remet pas en cause la commercialisation des variétés OGM de plantes ornementales dans l'UE. Au contraire, ne pouvant être compétitive en termes de prix (exception faite de la production ornementale sous serre devenue un « co-produit » de la production d'énergie, qui demeure concurrentielle sur le créneau des produits à moindre coût), la production européenne cherche désormais à accroître sa production de variétés OGM de plantes ornementales afin d'être mieux à même de satisfaire la demande spécifique émanant notamment de certaines marques différenciées valorisant bien leurs produits. [**versusH223 confirmé** par H269]

MétaSc 1-2

Titre : Réponses locales à la rupture systémique

Résumé : Face à la montée des risques socio-politiques engendrés par la grave détérioration de la situation économique et financière mondiale, le modèle local succède au global. Adossées aux barrières non tarifaires aux échanges commerciaux, les régions, au-delà de simples « bassins de production », deviennent des bassins d'approvisionnement privilégiés, la, ou plutôt les, « préférences régionales » sont voulues comme autant de réponses, au plus près du terrain, localement adaptées aux défis économiques, sociaux et politiques.

versusH75 : *Le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales*

La récession qui fait suite à la généralisation de la crise économique et financière, et sa transformation en crise sociale et politique assez généralisée à partir de la seconde moitié de la décennie 2010, induit un net recul de la globalisation économique. Compte tenu de la généralisation des interdépendances financières et économiques, aucun continent n'est épargné par l'aggravation de la situation globale, ce qui conduit les États à privilégier les échanges régionaux à des fins de stabilisation géopolitique. Dans ce contexte, et malgré l'opposition des partisans d'une poursuite de la libéralisation des échanges à l'OMC, la déréglementation est remise en cause : le commerce international est de plus en plus contraint par des normes, notamment sociales et environnementales. [**hypothèse motrice versusH75**]

Face à ce qui est perçu comme un échec, non seulement de la globalisation mais aussi des États qui ont accompagné ce processus, les collectivités territoriales (locales), à commencer par les régions, sont désormais souvent considérées comme l'échelle pertinente pour répondre aux préoccupations environnementales, sociales ... et économiques (face au discrédit du politique au niveau national amplifié à partir de la seconde moitié de la décennie 2010, les dirigeants jouent la carte de l'échelon régional comme dernier recours en réponse à l'acuité des risques socio-politiques). Leur rôle est renforcé en conséquence, l'État conservant le rôle de garant de l'unité nationale en assurant, en plus des fonctions

régaliennes traditionnelles, une fonction de péréquation renforcée des moyens à allouer aux régions. En application du principe de subsidiarité, la mise en œuvre de la politique du 2nd pilier de la PAC (ruralité, développement durable, environnement, ...) est confiée aux régions (l'UE est maintenue formellement mais a perdu nombre de ses prérogatives au bénéfice *in fine* des régions plus que des États). Chaque programme reflète les priorités régionales, notamment en ce qui concerne les préoccupations environnementales et sociales. Mais, comme celles-ci revêtent déjà par ailleurs des aspects de « protection » face aux importations avec des normes jouant déjà un rôle efficace d'entraves non-tarifaires, la mise en œuvre des aides du 2nd pilier ne favorise pas une spécialisation accélérée des régions. [influence mitigée, plutôt négative, de versusH75 sur H50 : plutôt **versusH50**]

Le temps n'est d'ailleurs plus à la spécialisation dans le cadre d'un processus de globalisation désormais dépassé, dans la mesure où, d'une part, les diverses barrières non-tarifaires (« sur mesure ») rendent plus difficile l'accès des marchés à l'export, et, d'autre part, les collectivités locales, aux compétences (et donc aux responsabilités vis-à-vis de leurs administrés) renforcées, privilégient le développement local, ce qui tend également à limiter les débouchés extra-régionaux, notamment vers des régions elles-mêmes horticoles.

Dans un tel contexte favorable à un regain de la réglementation sous la forme de barrières non tarifaires, et compte tenu du niveau limité des aides publiques dans les régions déjà spécialisées en horticulture, il est possible de privilégier une origine nationale ou régionale de produit dans le code des marchés publics. [influences positives de versusH75 et versusH50 sur **H78**]

Compte tenu des nouvelles réglementations (normes, marchés publics, ...), les clients privilégient les achats "locaux" au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, et doivent le cas échéant accepter un surcoût (sauf à se passer du produit), ce qui ne remet pas en cause la « préférence régionale ». [à côté de versusH50 mitigé, les influences positives de versusH75 et H78 favorisent l'advenue de **H451** qui **confirme H78**] Aussi, dans cette économie réglementée et régionalisée, la marque commerciale n'est qu'un signe de qualité parmi d'autres, la différenciation par la marque n'est pas indispensable pour une bonne mise en marché au niveau local (mais elle demeure cependant utile au fur et à mesure que la commercialisation du produit s'éloigne du bassin de production, les débouchés à l'export demeurant toutefois limités : faibles volumes pour des produits haut de gamme différenciés pour le petit nombre restant des classes aisées, et débouchés limités pour les autres classes dans les pays non producteurs et à des prix très bas compte tenu d'un pouvoir d'achat affecté). [versusH75 et H451 favorisent l'advenue de **versusH482**]

Afin de protéger la production des États membres d'une concurrence qu'elle n'est pas prête à affronter, la commercialisation de variétés OGM de plantes ornementales n'est pas autorisée dans l'UE, [versusH75 favorise l'advenue de **H223**] ce qui prive par ailleurs la différenciation d'une palette élargie de possibilités pour s'exprimer (y compris face à la concurrence à l'export).

Avec des normes (environnementales ou autres) favorisant prioritairement l'écoulement des productions locales sur le marché régional, les consommateurs disposent d'un choix relativement limité et acceptent de fait de payer le coût environnemental estimé d'après les mentions portées sur l'affichage des produits d'ornement qu'ils achètent. L'affichage environnemental et la préférence pour le local sont d'autant mieux acceptés par le consommateur que ce modèle se situe aux antipodes de celui, déchu, de la globalisation (le local, niveau humain de proximité, chasse le global, perçu comme abstrait et éloigné des préoccupations quotidiennes). Ces conditions sont naturellement favorables aux filières régionales de l'horticulture française en leur procurant un avantage compétitif au niveau local (limitation de la concurrence extérieure par les normes, et a priori positif du consommateur en faveur du producteur de proximité), avec ou sans marque. [versusH482, H451 et H128 favorisent **H137**, et H137 et H451 favorisent **H128**, **versusH482 confirmé** par H137 et H128, et **H451 confirmé** par H137 et H128]

Délaissant les marques, se reposant sur un marché local captif sans chercher à trop s'aventurer au-delà, divisé, peu spécialisé, peu rationnel, avec de forts coûts de transport, l'amont de la filière horticole française perd en compétitivité. A force de négliger un marché considéré comme captif, certaines dérives, notamment en matière de coûts de transport, portent atteinte à l'image de la production, par le biais de l'affichage environnemental qui affaiblit les entreprises de la filière horticole française ayant trop « tiré sur la corde » (maximisation de la rentabilité immédiate en cherchant à minimiser systématiquement tous les coûts, notamment sans renouvellement des investissements, en considérant le marché local comme acquis une fois pour toutes). [influences négatives de versusH82 et versusH50 l'emportent sur l'influence positive de H128 : advenue de **versusH332** ; et versusH332 favorise **versusH128** et donc H128 non confirmé]

Avec un prix de l'énergie fortement limité, du fait de la décroissance de l'activité économique mondiale, conjugué à l'absence de réorganisation de la production française, dispersée et non spécialisée, la vente d'énergie est au mieux un revenu d'appoint pour les horticulteurs serristes. [versusH50 et versusH332 favorisent l'advenue de **versusH503**]

In fine, entre une position dominante sur un marché local rétréci et une compétitivité dégradée au sein d'un marché mondial également diminué, le nombre d'entreprises horticole se situe entre 3000 et 4000 (compte non tenu des horticulteurs producteurs détaillants), sans que cela ne favorise un développement de la spécialisation des régions horticoles françaises, le local demeurant la règle générale sans effort de rationalisation de l'amont. [H78, versusH128, et versusH503 mitigés, versusH50 négatif, versusH332 positif : résultat mitigé **+/-H474, confirme versusH50**, et versusH503 et H474 mitigés **confirment versusH332**]

Adossés à des normes, les critères environnementaux font partie des barrières non tarifaires qui remettent en cause la production dans les pays du Sud pour les marchés du Nord contractés par la détérioration économique. [H137 et versusH75 favorisent l'advenue de **versusH266**]

Plus expérimentés en matière de commercialisation et mieux armés en termes de marketing et de différenciation par les marques que les pays du Sud (Afrique et Amérique Latine), les Pays-Bas voient leurs ventes en volume de fleurs coupées exportées diminuer tout en conservant leur place de leader à l'exportation sur un marché mondial très contracté à l'import du fait des barrières non tarifaires dont les effets viennent s'ajouter aux conséquences des difficultés économiques, limitant d'autant les importations que les marchés asiatiques, dont les économies bénéficiaient auparavant de la globalisation (export de biens, import de capitaux), ne sont pas épargnés par son terme. L'application de barrières non tarifaires sur les marchés asiatiques affecte également les exportations des pays du Sud et donc la part correspondante de leur production. [versusH75, versusH266 et versusH269 favorisent l'advenue de **versusH245 tempéré**, et versusH245 mitigé favorise l'advenue de **versusH269 tempéré**, versusH266 confirmée par versusH269]

Ces difficultés connues sur les marchés asiatiques diminuant les débouchés à l'export ne sont pas de nature à favoriser l'autorisation de la création de variétés OGM de plantes ornementales (et leur commercialisation) dans l'UE : pourquoi autoriser maintenant des OGM dont les débouchés ne sont pas plus assurés à l'export que sur les marchés locaux ? [H223 confirmé par versusH269]

MétaSc 1-3

Titre : Une globalisation conjuguée avec des normes sociales et environnementales édictées par les grandes zones économiques (dont l'U.E.)

Résumé : Afin d'éviter des évolutions trop divergentes au sein des grandes zones économiques mondiales, priorité est donnée au rééquilibrage des économies au sein de celles-ci. La libéralisation des échanges se conjugue avec des normes sociales et environnementales, la filière s'organise et en tire parti.

H75+/- : La libéralisation des échanges se conjugue avec des normes sociales et environnementales

La poursuite de politiques monétaires « accommodantes »⁷, ajustées en tant que de besoin au fil du temps, par les Banques centrales (Réserve Fédérale des Etats-Unis, Banque du Japon, Banque d'Angleterre, BCE, ...) évite le retour d'une nouvelle récession ou une crise systémique, sans toutefois que l'économie mondiale ne renoue avec les forts taux de croissance connus auparavant. La croissance économique mondiale se situe à partir de la 2^{nde} moitié de la décennie 2010 autour d'une tendance annuelle comprise entre 1 et 2 % en moyenne. Cette moyenne annuelle recouvre des disparités, au sein même des grands ensembles économiques (taux de croissance divergents entre pays de la zone euro, idem entre pays d'Amérique du Sud, ou entre pays asiatiques) : en temps d'augmentation de la masse monétaire mondiale supérieure aux richesses réellement produites, et de doutes sur la capacité des

⁷ Cf. notamment les divers programmes de « *quantitative easing* » (« assouplissement quantitatif ») qui ont été mis en place aux Etats-Unis à partir de fin 2008, début 2009. L'assouplissement quantitatif est l'équivalent moderne, en plus sophistiqué dans ses modalités toutefois, de ce que l'on a souvent appelé familièrement « la planche à billet » pour désigner la création monétaire. Ainsi la Banque centrale se met à acheter des bons du Trésor (ce qui revient à prêter à l'Etat) et d'autres titres financiers : elle met donc de l'argent en circulation dans l'économie et augmente ainsi les réserves du secteur bancaire. L'objectif est d'éviter ainsi une déflation, et également d'inciter les banques à accorder à nouveau des prêts (ce que la crise des *subprimes* les empêchait de faire, par manque de réserve et par défiance généralisée envers tous les nouveaux emprunteurs). Dans le même temps les taux d'intérêt à long terme des bons du Trésor baissent, ce qui doit décourager l'épargne au profit de la consommation et de l'investissement.

économies à recouvrer des taux de croissance "normaux", c'est-à-dire non artificiellement gonflés par le crédit ou les bulles sur les prix d'actifs, les meilleurs résultats sont obtenus par les pays compétitifs du point de vue économique/industriel et disposant de structures et fondamentaux les plus solides dans le domaine financier (au sein d'une même zone, les meilleurs sont plus proches de 3% de croissance et les moins bons de 0%), l'excès de liquidités induisant une instabilité financière.

Pour des raisons de stabilité, de tels différentiels de croissance entre pays proches géographiquement conduisent à donner la priorité au rééquilibrage des économies au sein des grandes zones économiques mondiales (à niveau de vie et pouvoir d'achat encore relativement homogènes en leur sein) plutôt qu'à un approfondissement encore accru de la concurrence dans un cadre globalisé ignorant les effets du creusement de ces différentiels (qui cumulés dans le temps pourraient conduire à l'éclatement de ces grands ensembles économiques). Dans ce contexte, sans tourner le dos à la globalisation, celle-ci est « tamisée », et la libéralisation des échanges se conjugue avec des normes sociales et environnementales définies par chacune des grandes zones économiques (U.E. pour l'Europe, ALENA pour l'Amérique du Nord, ASEAN pour l'Asie du Sud-Est, voire APT⁸, MERCOSUR pour l'Amérique du Sud, CEAO pour l'Afrique de l'Ouest, ...). [**hypothèse motrice +/-H75**] L'ensemble de ces considérations est acté dans le cadre d'un large accord international visant à consolider l'économie mondiale en stabilisant les assises de chacune des grandes zones la constituant.

Comme pour les autres grands ensembles/zones économiques, l'objectif de rééquilibrage des économies au sein de l'U.E. se décline au niveau des régions, chaque région devant valoriser ses atouts. En application du principe de subsidiarité, la mise en œuvre de la politique du 2nd pilier de la PAC (ruralité, développement durable, environnement, ...) est confiée aux régions : les projets éligibles des aides du 2nd pilier sont cofinancés par des crédits régionaux et chaque programme reflète les priorités régionales, notamment en ce qui concerne les préoccupations environnementales et sociales. Celles-ci revêtent déjà des aspects de « protection » face aux importations avec des normes jouant un rôle de filtre face aux importations en provenance des pays tiers, et dans la mesure où ce frein s'avère déjà suffisant pour assurer le développement de l'horticulture locale, alors la mise en œuvre des aides du 2nd pilier ne favorise pas une spécialisation accélérée des régions concernées qui préfèrent concentrer les crédits alloués sur d'autres activités les requérant pour devenir concurrentielles. Pour l'horticulture d'autres régions, par contre, la mise en œuvre des aides du 2nd pilier en faveur de l'horticulture locale s'avère nécessaire pour aboutir à une production compétitive sur le marché dans la mesure où le rôle de filtre joué par les normes sociales et environnementales s'avère insuffisant dans cette perspective. Dans ces régions la mise en œuvre des aides du 2nd pilier accentue effectivement leur spécialisation horticole. [influence mitigée de +/-H75 sur H50 : **+/-H50 selon les régions concernées**]

Dans le cadre d'une globalisation déjà tempérée par des normes sociales et environnementales et tolérant des aides publiques de type 2nd pilier de la PAC, la règle générale interdit que le code des marchés publics favorise, de plus, une origine nationale ou régionale des produits, phénomène considéré comme une entrave non tarifaire aux échanges. Mais dans un contexte de rééquilibrage en faveur des pays les moins performants au sein de chaque grande zone économique, des dérogations sont acceptées en faveur des régions ayant été reconnues comme « prioritaires » dans le cadre de l'accord international : celles-ci peuvent, si elles le souhaitent, privilégier une origine régionale (ou nationale : dans cette perspective, certains pays de taille relativement modeste sont considérés comme une région) de produit dans le code des marchés publics. [influences mitigées +/-H75 et +/-H50 sur H78 : **+/-H78, plutôt versus H78 comme règle générale avec H78 comme dérogations à la norme affichée**]

Dans ces « régions prioritaires » bénéficiant d'un régime d'exception, compte tenu de l'ensemble des nouvelles réglementations (normes communautaires et marchés publics captifs), les clients privilégient, plus qu'ailleurs, les achats « locaux » au détriment des provenances d'autres régions ou étrangères, quitte à accepter un surcoût le cas échéant (notamment dans le cadre de marchés publics). Dans les autres régions, soumises au régime général, en l'absence de marchés publics locaux réservés, les « achats locaux » ne bénéficient que des normes sociales et environnementales édictées au niveau communautaire, et le choix des clients s'effectue en conséquence parmi les produits respectant ces normes, que ces produits soient originaires de l'UE ou non. [malgré +/-H50 mitigé, les influences négatives de +/-H75 et +/-H78 favorisent l'advenue de **+/-H451 avec plutôt +H451 pour les « régions**

⁸ L'ASEAN Plus Trois (APT : *ASEAN Plus Three*) est une rencontre entre les pays de l'ASEAN ainsi que la Chine, le Japon et la Corée du Sud. A côté d'un objectif de zone de libre-échange, l'APT a également d'autres projets tels que la formation dans les technologies environnementales ou la promotion du tourisme. L'APT permet aux pays de l'ASEAN de se renforcer dans les négociations internationales notamment à l'OMC pour contrebalancer l'influence de l'U.E. et de l'ALENA.

prioritaires » et véritablement +/-H451 pour les autres qui relèvent du cas général ; et +/-H451 confirme +/-H78]

Sans être indispensable à une bonne mise en marché au sein d'une économie où la concurrence est tempérée par des normes sociales et environnementales, la marque commerciale conserve son intérêt en terme de différenciation à côté d'autres signes de qualité. Elle peut exprimer des choix de différenciation par exemple en allant au-delà des normes sociales et/ou environnementales en vigueur, ou bien opter pour d'autres critères de différenciation tout en respectant le seuil minimal défini pour ces normes. Pour le cas spécifique des marchés publics des « régions prioritaires », l'intérêt de la marque commerciale est sans objet... sauf à s'approvisionner localement pour avoir une chance d'être retenu. [+/-H75 et +/-H451 ⇒ **+/-H482 pour la cas général et versus H482 modéré pour les régions prioritaires**]

Le consommateur arbitre, selon ses moyens et ses préférences, entre divers produits différenciés par la marque, par d'autres signes de qualité, des produits positionnés en « premier prix »... tous respectueux des normes sociales et environnementales de l'ensemble/zone économique concerné (par exemple l'U.E. pour le consommateur effectuant un acte d'achat sur le territoire d'un Etat membre de cet ensemble). Une part, non majoritaire, des consommateurs arbitre en faveur de produits d'ornements différenciés par des pratiques/caractéristiques environnementales supérieures aux normes en vigueur, contribuant ainsi à faire de l'affichage environnemental un progrès qui motive la filière horticole française dans l'évolution de ses pratiques, et lui confère, au fil du temps, un avantage compétitif. Globalement, ce type d'avantage compétitif concerne l'U.E. qui est plus avancée en matière de normes sociales et environnementales que les autres grandes zones économiques. Ceci lui est naturellement favorable sur son marché intérieur (normes plus élevées), et sur les autres grands marchés elle bénéficie d'une certaine avance « générale » en matière de normes ce qui permet d'accéder plus aisément aux autres marchés, sous réserve bien entendu d'adapter les produits et les process aux spécificités requises par les normes adaptées de chacun de ces grands marchés (spécificités des normes qui contribuent également à filtrer ou tempérer quelque peu la concurrence provenant des autres grandes zones). [+/-H482, +/-H451 et H128 tempéré favorisent **+/-H37**, et +/-H137 et +/-H51 favorisent **H128 tempéré**, versus +/-H482 confirmé par +/-H137 et H128 tempéré, et **+/-H451 confirmé** par +/-H137 et H128 tempéré]

Prenant en compte la nécessité du respect des normes et décidés à tirer le meilleur parti de la spécialisation des régions horticoles, les producteurs français, conscients de leurs insuffisances, notamment en matière d'adaptation aux conditions de la demande dans un marché concurrentiel, s'organisent, rationalisent leur production et leur logistique, se spécialisent et maintiennent leur compétitivité, notamment pour certains en adoptant la nouvelle version du cahier des charges « Fleur de France ».

Mis en place dans le courant de la décennie 2010 pour soutenir l'horticulture française, et compte tenu notamment de la généralisation des nouvelles normes sociales et environnementales, le cahier charges requis pour l'accès au logo « Fleur de France » "version 0.1" est redéfini en accord avec les professionnels, pour s'adapter aux nouvelles conditions de la concurrence : un débat s'instaure au sein de la filière pour déterminer le positionnement à adopter par « Fleur de France » "version 0.2" (rôle similaire à celui d'une « marque ombrelle » ? quel choix de différenciation par exemple en allant au-delà des normes sociales et/ou environnementales en vigueur ? ...). Sur la base des conclusions de ce débat, le cahier des charges est finalisé et des actions de promotion collective (communication, ...) ciblées cofinancées par la filière et par l'État sont mises en œuvre.

Ainsi, à côtés d'autres aspects (normes sociales, ...), les éléments relatifs à l'affichage environnemental peuvent être intégrés dans une politique de communication « Fleur de France » (version 0.2), afin de contribuer à un cadre de positionnement produit commercialement efficace. [+/-H482, +/-H50 et H128 tempéré favorisent l'advenue de **H332**, qui **confirme H128**]

Saisissant l'opportunité offerte, dans le courant de la décennie 2020, par le renchérissement du prix de l'énergie (notamment celui du pétrole, dont l'extraction est de plus en plus coûteuse au fur et à mesure de l'épuisement des champs les plus aisés d'accès), la production ornementale sous serre devient un « co-produit » de la production d'énergie (notamment celle revendue aux opérateurs de l'électricité). Les prix de ces « co-produits » peuvent s'adapter aisément aux évolutions du marché pour rester compétitifs en terme de prix puisqu'ils constituent un complément, revenu d'appoint, à la fourniture du produit principal de l'activité (électricité par exemple). Pour autant ces « co-produits », également soumis au respect des normes sociales et environnementales, sont également susceptibles de satisfaire à une stratégie de différenciation sous réserve d'y consacrer les moyens nécessaires. Cette adaptation/transition se réalise

d'autant mieux dans les régions déjà impliquées dans les zones où les enjeux, notamment économiques et sociaux, de la filière horticole sont conséquents. [+/-H50 et H332 favorisent l'advenue de **H503**]

Marchés publics captifs dans les « régions prioritaires », normes sociales et environnementales européennes globalement supérieures à celles des autres zones mondiales, redéploiement et réorganisation de la filière française opérés dans ce cadre ... *in fine*, le nombre d'entreprises horticole se stabilise autour de 4000 (compte non tenu des horticulteurs producteurs détaillants). [+/-H78 plutôt négatif ici, H128 et H503 mitigés, +/-H50 négatif ici, H332 négatif : résultat plutôt **versusH474**]

Avec la réussite de la politique horticole dans les régions françaises, la mise en œuvre des aides du 2nd pilier de la PAC en faveur de l'horticulture locale ne s'avère plus nécessaire dans aucune région française pour aboutir à une production compétitive sur le marché, et n'est donc plus en mesure d'accentuer effectivement leur spécialisation horticole (les crédits sont désormais alloués à d'autres activités). [versusH474 favorise **versusH50**] Et, en considérant le développement d'une production sous serre compétitive adossée à la production d'énergie, ceci confirme l'efficacité de l'organisation de l'amont de la filière horticole française. [H503 et versusH474 **confirment H332**]

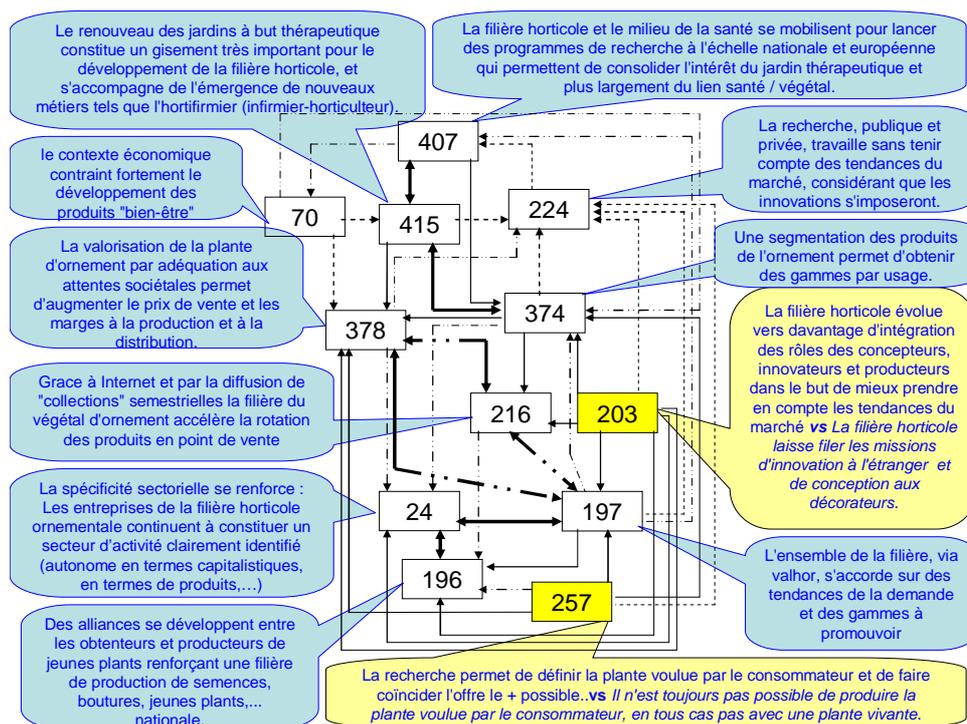
A côté de la hausse des coûts du fret lié à celui du pétrole, et de l'arbitrage d'une partie des consommateurs en faveur de produits d'ornements différenciés par des pratiques/caractéristiques environnementales supérieures aux normes en vigueur, les normes sociales et environnementales diminuent la compétitivité des productions horticoles importées d'Afrique et d'Amérique Latine (surtout du fait de coûts salariaux plus élevés – cf. notamment minima requis en matière de normes sociales pour le marché de l'U.E.), ce qui réduit les flux commerciaux du Sud vers le Nord (Europe, Asie). [+/-H137 et +/-H75 favorisent l'advenue de **versusH266 tempéré**]

Avec la mise en place des normes par grandes zones économiques mondiales et compte tenu de l'importance prise par la Chine dans le domaine financier (la place financière de Hong-Kong a supplanté la bourse de Kuming, traditionnel marché aux fleurs chinois, et permet à l'Asie, depuis le début de la décennie 2020, d'être indépendante de la bourse des Pays-Bas), les Pays-Bas perdent leur place de leader mondial dominant dans les échanges internationaux de fleurs coupées. Ils conservent cependant une position dominante en Europe, même si les importations d'Afrique et d'Amérique Latine, dont celles réalisées sous leur contrôle, sont réduites.

La Chine a remis en cause la prépondérance des Pays-Bas, mais sans s'y substituer pour autant, et compte tenu de taux de croissance en Asie plus modérés qu'au début du XXI^e siècle, les marchés de la fleur coupée et des plantes en pot ne s'y développent que lentement. Les exportations des pays du Sud en direction de l'Asie sont également quelque peu affectées par les normes sociales et environnementales, qui tendent à assurer le développement des débouchés pour les productions locales. [à côté de +/-H75, versusH266 et +/-H269 favorisent l'advenue de **H245**, H245 favorise l'advenue de **versusH269**, **versusH266 tempéré confirmée** par versusH269]

Non compatibles avec les normes environnementales mises en place dans l'U.E., la commercialisation et la production de variétés OGM de plantes ornementales n'y sont pas autorisées. Ceci évite une possible incompréhension de l'opinion publique (« normes environnementales et OGM ? ») et protège la production des États membres d'une concurrence nouvelle qu'elle n'est pas prête à affronter compte tenu du retard européen en matière d'OGM. [+/-H75 et versusH269 favorisent l'advenue de **H223**]

› Méta-agrégat n°2 : Recherche, offre, organisation de la filière



MétaSc2-1

Titre : Recherche et filière main dans la main

Résumé : En lien avec la recherche publique et privée, la filière du végétal d'ornement traduit les attentes de ses clients et valorise son offre y compris sur l'argument santé bien-être.

Hypothèses motrices :

H 257 : La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible.

H 203 : La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché.

Le végétal d'ornement bénéficie des résultats de la recherche fondamentale sur la modélisation de l'esthétique. En effet, la recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible. Parallèlement, la filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles de concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché. **H257 et H203 s'allument.**

Ayant à la fois la technicité (H257) et les compétences (H203) la filière s'organise pour s'accorder sur des tendances de la demande et des gammes à promouvoir, en mobilisant les études auprès des consommateurs, le benchmarking dans les autres filières où l'esthétique et le design jouent un rôle (mode, décoration,...). **H257 et H203 → H197.**

L'organisation d'un travail régulier de toute la filière sur la définition des tendances réunissant les concepteurs et les différents intervenants de la filière renforce les liens entre tous ceux qui ont le végétal d'ornement au cœur de leur activité. Visible, identifiée, autonome, la filière renforce sa spécificité (**H203 et H197 → H24**).

L'activité de production de semences et plants est un maillon essentiel entre la conception et la production d'un matériel végétal spécifique et adapté aux tendances de la consommation à venir. Aussi, des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. (**H203, H197 et H24 → H196**)

De même, pour la mise en œuvre de la plante voulue par le consommateur et définie par les résultats de la recherche, l'existence de liens étroits avec la production de semences et plants est fondamentale. (**H257 → H196**)

Et réciproquement, l'existence d'alliances entre les obtenteurs, les producteurs de jeunes plants et la filière renforce la spécificité sectorielle et facilite la coordination pour la définition des gammes à promouvoir. (**H196 → H24 → H197**)

Avec des plantes conçues pour plaire et l'intégration de l'innovation dans la chaîne de production, la coordination de la filière pour promouvoir les gammes se transforme en un levier de création de valeur et la valorisation de la plante d'ornement par adéquation aux attentes sociétales permet d'augmenter le prix de vente et les marges à la production et à la distribution. **(H203, H257 et H197→H378)**

L'efficacité de la démarche (recueil des tendances, production, positionnement générant des marges) permet l'orchestration d'un rythme de renouvellement de l'offre plus rapide : grâce à Internet et par la diffusion de "collections" semestrielles la filière du végétal d'ornement accélère la rotation des produits en point de vente **(H203, H197 et H378→H216)**.

Réciproquement, l'accélération des rotations accroît la création de valeur qui motive le travail commun et la coordination autour des gammes à promouvoir. **(H216→H378→H197)**

Le travail de recherche sur « la plante voulue par le consommateur » a pris en compte les notions d'occasion de consommation et d'usage prévu ou imaginé de la plante. Les innovateurs et concepteurs ont également travaillé sur le rôle et la place du végétal d'intérieur et d'extérieur, ces réflexions ont été intégrées dans la définition des tendances et gammes à promouvoir ainsi une segmentation des produits de l'ornement permet d'obtenir des gammes par usage. **(H257, H203 et H197→H374)**. Ces gammes par usage tiennent compte du rythme des saisons qui reste un puissant moteur de l'envie de renouvellement des plantes que ce soit par les ménages ou les collectivités. Ainsi les gammes par usage déclinées par saison sont médiatisées par internet ce qui accroît leur rotation. Cette accélération du rythme des mises en avant impose une coordination fine avec les obtenteurs et producteurs de jeunes plants. **(H374→H216→H196)**

Les résultats obtenus par la recherche pour traduire les choix des consommateurs, l'intérêt manifesté par la filière pour des démarches de structuration de l'offre très en amont et le travail sur la segmentation de l'offre conduisent à l'élaboration de demandes organisées de la filière au secteur de la recherche. Ainsi, la recherche, publique et privée est pilotée par les besoins exprimés par les opérateurs d'aval en fonctions des tendances du marché. **(H257, H203, H197 et H374→ nonH224)**

Par ailleurs, la segmentation opérationnelle de l'offre avec des gammes par usage contribue à la valorisation de la plante d'ornement qui génère des marges. **(H374→H378)** Un segment structuré et rentable concourt à renforcer la spécificité sectorielle. **(H374 et H378→H24)**

L'attention portée aux tendances fait émerger des attentes des ménages comme des collectivités en matière de santé que la recherche va prendre en considération. La filière horticole et le milieu de la santé se mobilisent pour lancer des programmes de recherche à l'échelle nationale et européenne qui permettent de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique et plus largement du lien santé / végétal. **(H197 et nonH224→H407)**

La thématique du jardin thérapeutique sous ses diverses formes se développe sur la base d'avancées conceptuelles tant de la part des entreprises du végétal que des thérapeutes, au point que des cursus mettant en place des doubles compétences voient le jour. Le renouveau des jardins à but thérapeutique constitue un gisement très important pour le développement de la filière horticole, et s'accompagne de l'émergence de nouveaux métiers tels que l'hortifirmier (infirmier-horticulteur). **(H407→H415)** Ces nouveaux professionnels induisent des progrès en matière de segmentation de l'offre par usage sur le volet santé. **(H415 et H407→H374)**

L'intérêt du végétal pour la santé devient vite un argument dans les arbitrages budgétaires difficiles des ménages. Malgré la crise, la consommation de produits non essentiels, vecteurs de bien-être, se développe. **(H407→nonH70)**. La motivation bien-être participe au maintien d'un niveau de prix (et de marges) des produits végétaux **(nonH70→H378)**. L'identification des produits « bien-être » est un des éléments de structuration de la gamme par usage **(nonH70→H374)**.

L'utilisation des produits du segment santé dans un contexte d'arbitrage budgétaire des consommateurs est mis en valeur par des spécialistes qui peuvent tenir le double discours santé et culture. **(H374 et H70→H415)**

Ces bi-spécialistes de la santé et de l'horticulture permettent l'approfondissement des connaissances sur le lien santé végétal par leurs retours d'expériences **(H415→H407)**, accroissent la valeur des produits par leurs « prescriptions » **(H415→H378)** et fournissent des éléments pour le pilotage de la recherche dédiée. **(H378 et H415→non H224)**

MétaSc2-2

Titre : La valeur est dans la plante

Résumé : Une filière horticole française très performante à l'amont avec l'aide de la recherche mais dépendante d'autres secteurs ou d'autre pays pour l'innovation et la conception.

Hypothèses motrices :

H 257 : La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible.

nonH203 : La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.

Les travaux sur la modélisation des choix esthétiques des consommateurs ont abouti sur différentes espèces de végétaux d'ornement. La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur et de faire coïncider l'offre le plus possible. (**H257 s'allume**)

Pour mettre en valeur et en application ces importantes avancées scientifiques, des alliances se développent entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants renforçant une filière de production de semences, boutures, jeunes plants,... nationale. (**H257→H196 +** par cette voie)

Par ailleurs, la filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs. (**nonH203 s'allume**) Aussi, aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble. (**nonH203→nonH197** par cette voie)

Ainsi, les orientations de la création variétale, de l'innovation des services associés au végétal proviennent soit de l'étranger, soit d'entreprises extérieures à la filière (ameublement déco,..) pour lesquelles travaille une filière française de production de semences, boutures, jeunes plants. (**nonH197 et nonH203→ confirment H196**)

Dans ce contexte, la filière qui regroupe les entreprises pour lesquelles le végétal d'ornement constitue la spécificité et une part majeure du chiffre d'affaires, se restreint à : production de semences, boutures et plants spécifiques, production de végétal, services de mise en œuvre du végétal pour les particuliers et les collectivités et fleuristerie. (**H196, nonH197, nonH203→+/-H24**)

Les plantes produites plaisent à coup sûr sur ce qui leur donne de la valeur. (**H257→H378** par cette voie)

Même si la filière française ne parvient pas à s'accorder sur des tendances et gammes à promouvoir, les influences extérieures (étranger pour l'innovation et décorateurs pour la conception) étant de puissants leviers de prescription (**nonH197 et nonH203→H378 confirmé**) qui permettent la mise en place de collections semestrielles à l'échelle mondiale, ceci accélère la rotation des produits en point de vente. (**H378, nonH197, nonH203→H216**). La mise en place planétaire de ces collections impose une filière de production réactive. C'est la filière de production française qui est la mieux placée pour produire les plantes qui plaisent. (**H216→H196**)

En aval de la production, la filière française se limite à la traduction des collections mondiales. (**H216→nonH197**) et ne capte qu'une partie de la valeur. (**H378→nonH197**)

L'analyse et la compréhension des goûts des consommateurs en matière de végétal d'ornement prennent en considération les usages projetés (occasions de consommation) et permettent la mise en place d'une segmentation des gammes par usage (**H257→H374**), qui accélère la rotation des produits en point de vente (**H374→H216**), mais cette gamme n'est pas pilotée et organisée par la filière française dans son ensemble (**nonH197 et nonH203→nonH374** par cette voie). Sur la base de ces travaux fondamentaux, la recherche dédiée travaille essentiellement en lien avec la production française qui reçoit ses orientations notamment en matière de segmentation de la gamme par usage, de l'étranger ou d'autres secteurs. (**H257 et H374→non224 même si nonH203 et nonH197→H224**)

La mise en œuvre d'une segmentation des gammes par usage, totalement tournée vers le consommateur et l'inclusion de valeur dans la plante elle-même (valorisation à laquelle la segmentation participe **H374→H378**) font du secteur de la production horticole un secteur spécifique et identifié. (**H374 et H378→H24**)

Parmi les usages identifiés pour la segmentation, la thématique de la santé et du bien-être a émergé au point de se traduire par la création de nouveaux métiers qui allient soins des personnes et soins des plantes (**H374→H415**). La recherche publique et privée, à l'écoute des besoins du marché se mobilise et avec ses homologues du secteur de la santé consolide l'intérêt du lien entre santé et végétal d'ornement, en particulier dans les jardins thérapeutiques, (**H415→nonH224 ; H415 et nonH224→H407**) ce qui, en retour contribue à la construction de métiers et de segments dédiés à ce nouveau débouché, (**H407→H415→H374**) malgré un contexte économique défavorable. (**H407→nonH70→H415**)

La professionnalisation de l'offre « végétal / santé / bien-être » et la préservation de cette priorité malgré les contraintes budgétaires des clients contribuent à augmenter le prix de vente des produits (**H415 et nonH70→H378**) ce qui encourage la recherche dédiée. (**H378→nonH224**)

MétaSc2-3

Titre : la réponse par les plantes artificielles

Résumé : Le végétal n'étant pas assez réactif pour répondre à l'accélération des tendances, les entreprises du secteur incorporent de plus en plus d'éléments non végétaux.

nonH257 Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.

H203 La filière horticole évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché.

L'analyse des goûts et dégoûts des consommateurs, la compréhension des canons de l'esthétique ont abouti à une modélisation des plantes voulues par les consommateurs mais il n'est pas possible de les produire en série de façon rentable. (**nonH257 s'allume**) Ces résultats ne peuvent donc pas être la base de relations entre les obtenteurs et les producteurs de jeunes plants. (**nonH257→nonH196 par cette voie**).

Par ailleurs, la filière du végétal d'ornement française évolue vers davantage d'intégration des rôles des concepteurs, innovateurs et producteurs dans le but de mieux prendre en compte les tendances du marché. (**H203 s'allume**) Cette dynamique d'intégration se traduit au niveau de l'interprofession par l'organisation de temps de réflexion sur les signaux permettant de préfigurer les tendances à venir (**H203→H197**). Lesquelles tendances ne sont pas toujours réalisable avec des plantes vivantes puisqu'on ne sait pas techniquement produire les plantes voulues. (**nonH257→H197**)

Le rythme des tendances du marché s'accélère, la filière cherche à en rester le chef d'orchestre et grâce à Internet des collections semestrielles se mettent en place et accélèrent la rotation des produits en point de vente. (**H197 et H203→H216**).

Ce rythme des collections et des gammes à promouvoir est trop rapide pour que l'obtention variétale soit sollicitée pour contribuer aux innovations. (**H203, H197 et H216→nonH196**)

Ainsi, de plus en plus, les réponses apportées aux attentes des clients, qu'il s'agisse des ménages ou des collectivités, sont multisectorielles, intégrant la plante « vivante » comme un élément parmi beaucoup d'autres. Le secteur se dilue, (**H203 et nonH196→nonH24**) mais continue à pouvoir s'entendre sur les gammes à promouvoir, avec une part de contribution d'éléments végétaux. **nonH24→H197**

Dans ce scénario, la plante est une matière première substituable. La valeur créée par le marketing, la mise en scène des plantes génère davantage de marge à la distribution qu'à la production. (**nonH257, H203 et H197→+/-H378**)

Matière première, l'offre en végétal ne fait pas l'objet d'une segmentation par usage, en tout cas pas au stade BtoB, ensuite la plante est intégrée à d'autres éléments de différentes natures afin d'être proposée au consommateur. (**nonH257, H197 et H203→nonH374**)

Dans la ligne des travaux sur la modélisation des préférences, des travaux d'explorations fondamentales des possibles offerts par le végétal d'ornement se poursuivent mais le rythme de la recherche et celui des opérateurs de la filière sont trop divergents. Considérant que les innovations s'imposeront, la recherche, publique et privée, travaille sans tenir compte des tendances du marché, et ne peut contribuer à la segmentation. (**nonH257, H197, H203, nonH374→H224**)

D'avantage mobilisée sur le rythme de la mode et de la déco, la filière ne s'intéresse pas aux attentes en matière de santé qui ne représentent qu'un minuscule débouché, d'autant que les financements de recherche en matière de santé proviennent essentiellement des laboratoires pharmaceutiques peu motivés par la promotion du bien-être par les plantes. (**H197 et H224→nonH407**) Par suite, les jardins thérapeutiques ne se développent pas, (**nonH407→nonH415**) d'autant moins que la santé n'est pas considérée comme un réel segment de marché. (**nonH415→nonH374 et réciproquement**)

Le lien plante – santé/bien-être est peu promu, et le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être". (**nonH407→H70**) Ainsi la santé ne constitue pas un segment de l'offre et ne crée pas de valeur. (**H70→nonH374→nonH378**)

De même, les métiers spécialisés pour vulgariser ce lien plante / santé / bien-être n'émergent pas, n'alimentent pas la recherche et ne participent pas à la création de valeur sur la plante.

H70→nonH415→H224 et H70 et nonH415→ nonH378

Comme l'accélération du rythme de la nouveauté, accélère la rotation des produits et crée de la valeur et que la « plante vivante » ne peut pas suivre, elle devient marginale dans l'offre et le secteur se dissout.

H216→H378 (sans la plante)→nonH24.

MétaSc2-4

Titre : La filière et la recherche dos-à-dos

Résumé : Sans connexion avec la recherche, sans innovation dédiée, la filière du végétal d'ornement se limite à quelques métiers et se dilue dans d'autres secteurs.

Hypothèses motrices :

nonH257 : Il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante.

nonH203 : La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs.

Les travaux sur la modélisation des motivations esthétiques des acheteurs de végétaux d'ornement, victimes de restrictions budgétaires, ont été stoppés avant d'avoir pu aboutir à des résultats probants : il n'est toujours pas possible de produire la plante voulue par le consommateur, en tous cas pas avec une plante vivante. (**nonH257 s'allume**). Par ailleurs la filière se concentre sur ses métiers de base : production, commercialisation aux particuliers ou aux collectivités et mise en œuvre par les entreprises du paysage. La filière horticole laisse filer les missions d'innovation à l'étranger et de conception aux décorateurs. (**nonH203 s'allume**)

Chaque entreprise, chaque réseau de distribution, travaille individuellement et selon ses moyens à l'analyse des évolutions de la demande. Aucune tendance n'est portée par la filière du végétal d'ornement dans son ensemble. (**nonH257 et nonH203→nonH197**).

Les approvisionnements se font au coup par coup selon l'offre disponible. Aucune alliance ne se crée entre les obtenteurs et producteurs de jeunes plants et la filière de production horticole française est de plus en plus dépendante de l'étranger. (**nonH203 et nonH197→nonH196**) La plante voulue par le consommateur n'ayant pas été déterminée par la recherche, les obtenteurs et producteurs de jeunes plants ne sont pas sollicités pour entrer dans des alliances avec d'autres entreprises de la filière. (**non257→non24**)

Parcellisée, sans lien entre différents stades, la notion même de filière du végétal d'ornement est remise en question. La spécificité sectorielle se dilue : les entreprises du végétal / intègrent se font absorber par / ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autres (alimentation, décoration, équipements extérieurs,...) (**nonH203, nonH197 et nonH196→ nonH24**)

Et réciproquement, les entreprises qui traitent du végétal d'ornement étant de moins en moins dépendantes de cette activité, les alliances avec l'amont (semences et plants) ne sont pas favorisées et la concertation sur les gammes à promouvoir ne se fait pas. (**nonH24→nonH196 et nonH24→nonH197**) En l'absence de critères donnés par la recherche en matière de gamme à promouvoir, les options prises par chacune des entreprises, conseillées par leurs prestataires extérieurs étrangers, se retrouvent en concurrence les unes avec les autres. La plante d'ornement reste dans une logique de concurrence des prix sur un produit de plus en plus banalisé.

(**nonH257, nonH203, nonH197→nonH378**)

Cette logique de concurrence par les coûts ne favorise pas les réflexions collectives (**nonH378 → nonH197**)

La filière du végétal n'est donc pas autonome sur les questions d'innovation et de conception, n'a pas d'indication issue des recherches avortées sur la plante voulue par le consommateur, ne s'organise pas pour mettre en avant telle ou telle tendance, et ne progresse pas en terme d'organisation de son offre. La segmentation des produits de l'ornement reste très basique (avec/sans fleur; dedans/dehors; petit/grand;...). (**nonH257, nonH203, nonH197→nonH374**)

La segmentation basique de l'offre, favorise une concurrence par le prix et une logique de production coût/volume (**nonH374→nonH378**). Loin des concepteurs et des innovateurs, sans autre idée structurante, la filière s'en remet au temps long du végétal et au retour immuable des saisons et des événements du calendrier pour rythmer son activité. (**nonH203, nonH197, nonH374 et nonH378→nonH216**). Une partie de la clientèle, notamment la plus fortunée, attribue de la valeur à ce qui ne change pas. (**nonH216→+/-H378 par cette voie**) Ce mode de mise en marché ne nécessite pas de contractualisation ou d'alliance avec l'amont de la filière. (**nonH216→nonH196**)

La filière ne s'organise pas pour adresser d'une seule voix des demandes à la recherche, qui continue à utiliser le végétal d'ornement comme support de ses expérimentations sans se préoccuper des éventuels débouchés. La recherche, publique et privée, travaille sans tenir compte des tendances du marché, considérant que les innovations s'imposeront. (**nonH257, nonH203, nonH197 et nonH374→H224**)

D'une part, les attentes en matière de santé ne sont pas portées par la filière comme une tendance à promouvoir, d'autre part la recherche dédiée au végétal ne se préoccupe pas des débouchés, aussi en l'absence de mobilisation de la filière horticole et du milieu de la santé pour lancer des programmes de recherche susceptibles de consolider l'intérêt du jardin thérapeutique, la filière perd cette opportunité potentielle. (**H224 et nonH197→nonH407**)

Sans l'argument (l'alibi) santé, le végétal d'ornement est en première ligne des restrictions budgétaires que s'imposent les ménages et le contexte économique contraint fortement le développement des produits "bien-être". (nonH407→H70)

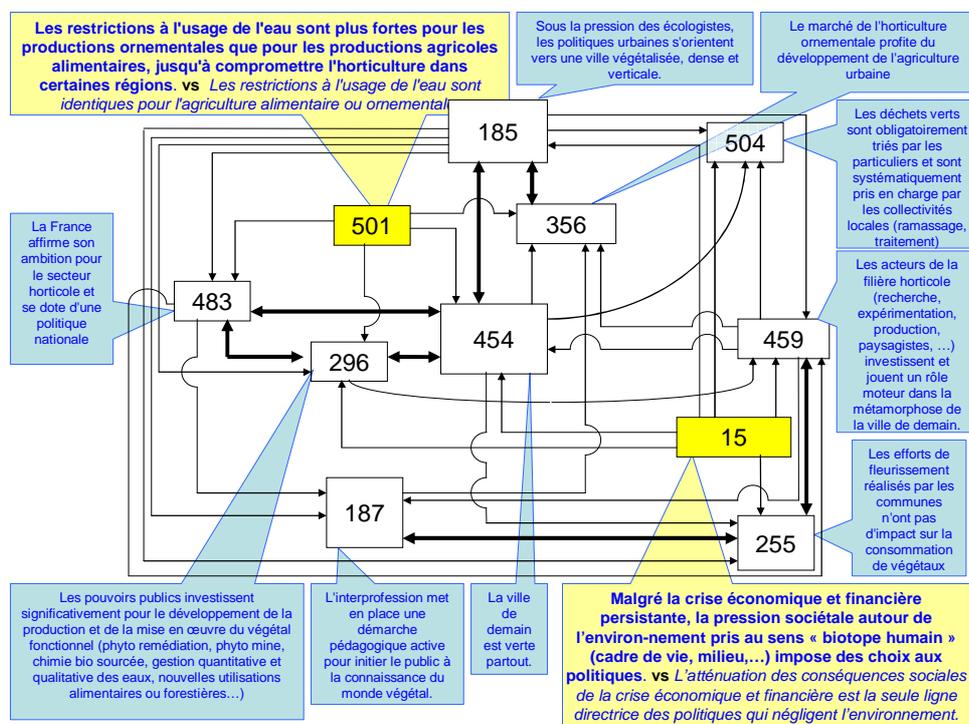
Le marché du végétal d'ornement se retrouve paupérisé avec une offre très concurrentielle et une segmentation très basique. (H70 →nonH378 et nonH374)

De plus en plus inclus dans des gammes où le végétal et les services autour ne sont qu'une variante possible d'une offre (de déco, de bien être,...) qui peut exister sans lui, le végétal d'ornement constitue de moins en moins un secteur d'activité spécifique. (nonH378 et nonH374→nonH24)

La filière n'a pas saisi l'opportunité des attentes en matière de santé, n'a pas développé d'argumentaire pour convaincre les donneurs d'ordre, ainsi le jardin à but thérapeutique ne trouve pas le relai financier nécessaire à son développement ce qui ne permet pas l'émergence de nouveaux métiers par cette voie pour la filière horticole. (nonH407→nonH415) La segmentation de l'offre reste basique, d'autant plus que le discours prescripteur qui aurait pu être développé par les professionnels à double compétence santé et végétal n'a pas vu le jour. (nonH415 et nonH407→nonH374)

Des arbitrages budgétaires contraignant de la part des clients, pas d'argument santé à mettre en avant, et une segmentation de l'offre basée sur le calendrier traditionnel, ne favorisent pas l'émergence de lieu ou de métiers dédiés à la santé avec les plantes. (H70, nonH407, nonH374→nonH415) Encore une occasion de moins pour la recherche d'être sollicitée et de se mettre à l'écoute si ce n'est au service des besoins de d'une filière qui s'enfonce dans la compétition par les couts. (nonH415→H224 et nonH378)

› Méta-agrégat n°3 : Politique urbaine & secteur horticole



MétaSc 3-1

Titre : Socio-écologie urbaine et gestion de l'eau

Résumé : La France ne se dote pas d'une politique sectorielle nationale mais l'attention apportée au cadre de vie et à la place du végétal ainsi qu'une gestion restrictive de l'eau orientent fortement la filière. Toits et toitures végétalisés, rétentions des excédents d'eau en ville, agriculture urbaine... constituent des marchés en développement.

H15 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques.

H501 : Les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions.

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques (H15 s'allume en

recto). En effet, le difficile retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale conduit à ce qu'une attention particulière soit apportée aux autres éléments de socialisation dont le cadre de vie.

La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie, et de la place que joue le « biotope humain » dans la stabilité sociale.

La facture énergétique demeurant conséquente, sous la pression des écologistes, les politiques urbaines s'orientent plutôt vers une ville végétalisée, dense et verticale, l'étalement urbain n'étant toléré que pour garantir une proximité entre espace vert et logement dans des zones initialement privées de végétal (influence mitigée de +H15 sur H185 : **plutôt +H185 par cette voie**).

Une ville végétalisée plutôt dense et verticale, l'étalement urbain étant limité, est de nature à également verticaliser les plantations, qui dès lors ne sont plus exclusivement localisées sur le « plancher des vaches » : la ville a tendance à verdir partout dans tous les quartiers, tant au sol que verticalement matérialisant ainsi cette proximité entre végétal et logement considéré comme facteur de bien-être (synthèse des influences mitigées de +H15 et positive de plutôt +H185 sur H454 : **plutôt + H454 par ces voies ; plutôt +H185 confirmé** en retour par l'influence de + H454).

Dans le même temps, la question de la gestion de l'eau et de la priorisation des usages est un sujet de débat. L'alimentation des populations en eau potable est bien sur privilégiée, la continuité écologique des cours d'eau également. Les usages industriels, agricoles et privés (arrosage du gazon, remplissage de piscine et nettoyage des voitures) font déjà depuis une dizaine d'années l'objet de restrictions. Les restrictions à l'usage de l'eau sont in fine plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions (**H501 s'allume en recto**), notamment lorsqu'il s'agit de productions horticoles fortement consommatrices d'eau. Ainsi la production horticole de plantes soit économes en eau, soit utiles à l'amélioration des performances, notamment qualitatives, du cycle de l'eau ainsi qu'à sa régulation quantitative, est-elle privilégiée.

Du fait de cette politique de l'eau, sans qu'à proprement parler la France n'affirme son ambition pour le secteur horticole et se dote d'une politique nationale en ce domaine, les pouvoirs publics investissent néanmoins significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel mais dans une direction nettement privilégiée : celle d'une amélioration de la gestion quantitative et qualitative des eaux par une implantation végétale raisonnée, notamment en milieu urbain (synthèse des influences, négative de +H501, mitigée de plutôt +H185 et positive de H296 sur H483 : **+/- H483 par ces voies** et des influences positives de +H15, +H454 et mitigée de +H501 sur H296 : **+H296 par ces voies**).

Le verdissement de la ville s'effectue donc, mais 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 et développement de l'agriculture verticale... mais aussi selon les situations, 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, et sur lesquels ils investissent, jouant ainsi un rôle moteur dans la métamorphose de la ville, même si certaines régions ou segments de la filière n'ont pu s'adapter notamment à la restriction de l'usage de l'eau (prise en compte des influences additionnelles mitigées de +H501, +/- H483 et +H296 sur + H454 : **plutôt + H454** et synthèse des influences positives de +H296, +H185 et +/- H483 et mitigée de +H15 sur H459 : **+H459 ; plutôt +H454** confirmé en retour par l'influence positive de +H459).

Bien que la France n'ait pas à proprement parler doté le secteur horticole d'une politique sectorielle nationale, les décisions en matière d'urbanisme et d'orientation en matière de politique de l'eau orientent donc fortement le développement de la filière, mais sélectionnent également les acteurs de celle-ci. Dans un tel contexte, l'interprofession a deux objectifs, maintenir la cohésion de la filière, tout en valorisant notamment les performances du végétal fonctionnel, moteur du développement de la filière, ce qui la conduit à mettre en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal (synthèse des influences, positive de +H459, et mitigées de plutôt +H185 et +/- H483 sur H187 : **+ H187 par ces voies**).

Les efforts de végétalisation des villes, ne concernent le fleurissement que si ce dernier s'accompagne d'une dépense hydrique modérée. Ils ont un impact partiel sur la consommation des végétaux, notamment par les ménages. Ce sont en effet surtout les marchés publics portés par les collectivités territoriales et les promoteurs, sous-tendus par le développement des règles d'urbanisme relatives à la végétalisation de la ville, qui constituent les axes essentiels de croissance du marché horticole. Ces axes premiers n'ont que peu d'effets sur l'achat de végétaux par les ménages, mais la communication de l'interprofession, notamment autour des fonctions du végétal au-delà de la gestion de l'eau (santé, bien-être...), le développement potentiellement induit de l'agriculture urbaine (si cette production s'avère économe quantitativement mais aussi qualitativement en eau) et l'investissement des acteurs professionnels sont de nature, secondairement, à stimuler l'achat de végétaux d'une partie des ménages,

notamment des plus aisés pour les achats purement « ornementaux » dont les prix ont crû du fait des contraintes pesant sur leurs conditions de production (synthèse des influences mitigées de +H454, +H15 et plutôt + H185, négative de +H459, et réciproque et mitigée de +H187 sur H255 : **+/- H255**).

Dans un tel contexte, l'importance prise par le cadre de vie et sa composante végétale, conduit à ce que son entretien s'accompagne d'obligations réglementaires, notamment en matière de gestion des déchets. Ainsi, les déchets verts sont-ils obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (synthèse des influences positives de plutôt +H185, +H454 et +H15, et mitigée de +H459 sur H504 : **+H504**).

La volonté politique de tout à la fois rationaliser la gestion de l'eau, verdir la ville notamment dans un contexte de développement des préoccupations sociales autour de la qualité du cadre de vie, et la verticaliser en gardant concentré l'habitat pour des raisons énergétiques, constitue un terreau favorable au développement secondaire d'une agriculture urbaine en partie portée par certains ménages, des « collectifs » d'immeuble ou encore des associations de quartier, mais ce, toujours sous réserve d'une gestion performante notamment qualitative de l'eau. Cette opportunité est saisie par les acteurs de la filière, fortement investis dans cette « socio-écologie » urbaine et marginalement par la communication de l'interprofession, qui y voient un marché secondaire potentiel. Ainsi le marché de l'horticulture peut-il plutôt profiter du développement de l'agriculture urbaine, même si au sein des mouvements écologistes qui ont contribué à nombre de ces évolutions, se fait jour une querelle entre les anciens et les modernes autour du développement de l'agriculture urbaine, les premiers refusant une artificialisation jugée excessive de la production alimentaire (synthèse des influences positives de +H454 et +H459, mitigées de +H501 et +H187, et réciproque et mitigée de plutôt +H185 et H356 : **plutôt + H356**).

MétaSc 3-2

Titre : Verdissement modéré d'une ville aux quartiers densifiés

Résumé : Sans intervention de l'Etat et sans politique urbaine favorable au végétal, la gestion restrictive de l'eau offre des opportunités à la filière mais sélectionne les acteurs ayant investi en R&D sur le végétal fonctionnel

versusH15 : *L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.*

H501 : Les restrictions à l'usage de l'eau sont plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions.

L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement. (**H15 s'allume en verso : versusH15**). L'argent public disponible est quasi totalement affecté aux soutiens socio-économiques des personnes les plus impactées par la crise et ses conséquences, il n'y a plus d'argent pour la prise en compte de l'environnement au sens large, notamment urbain.

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, les écologistes ne voyant se mettre en œuvre qu'une partie de leurs demandes; l'étalement urbain continue néanmoins d'exister sous forme d'une mosaïque de quartiers densifiés et ce, notamment pour des raisons de coût du foncier, et de réponse à une partie de la demande sociale en situation économique fragile (**influence mitigée de versusH15 sur 185 : +/- 185 par cette voie**). La ville de demain se densifie mais reste "sectorisée", seuls les parcs se développent, leur conception intégrant une réduction des coûts d'entretien (**synthèse des influences mitigées de versusH15 et positive de +/- 185 sur H454 : plutôt versusH454 par ces voies ; +/- H185 confirmé en retour par l'influence mitigée de plutôt versusH454**).

Dans le même temps, la question de la gestion de l'eau et de la priorisation des usages est un sujet de débat. L'alimentation des populations en eau potable est bien sur privilégiée, la continuité écologique des cours d'eau également. Les usages industriels, agricoles et privés (arrosage du gazon, remplissage de piscine et nettoyage des voitures) font déjà depuis une dizaine d'années l'objet de restrictions. Les restrictions à l'usage de l'eau sont in fine plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions (**H501 s'allume en recto : +H501**), notamment lorsqu'il s'agit de productions horticoles fortement consommatrices d'eau. Ainsi la production horticole de plantes, soit économes en eau, soit utiles à l'amélioration des performances notamment qualitatives du cycle de l'eau ainsi qu'à sa régulation quantitative, est-elle privilégiée.

Du fait de cette politique de l'eau, mais aussi des choix en matière d'urbanisme, la France ne se dote pas d'une politique nationale horticole et la performance du secteur est liée exclusivement aux entreprises sans intervention de l'Etat. Les pouvoirs publics n'investissent que modérément pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel. La sphère d'intervention publique se limite à la recherche, et c'est sous l'impulsion de la recherche-développement privée des entreprises les

plus importantes du secteur que sont mises en marché quelques variétés d'espèces amélioratrices de la gestion quantitative et qualitative des eaux, variétés attendues par les collectivités également comme un facteur de réduction des coûts d'entretien des parcs (synthèse des influences, négative de versusH501, mitigée de +/- H185 et positive de plutôt versusH296 sur H483 : **versusH483 par ces voies** et des influences positives de versusH15, plutôt versusH454 et mitigée de +H501 sur H296 : **plutôt versusH296 par ces voies**).

Le verdissement de la ville est cantonné dans les interstices des quartiers densifiés et 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. C'est surtout sous l'influence des entreprises privées de grande taille, modérément accompagnées par la recherche publique, ayant investi aux différents niveaux de la filière que ce verdissement s'effectue (prise en compte des influences additionnelles mitigées de +H501, versusH483 et plutôt versusH296 sur plutôt versusH454 : **plutôt versusH454 confirmé** et synthèse des influences positives de plutôt versusH296, +/- 185 et versusH483, et mitigée de versusH15 sur H459 : **+/- H459 ; plutôt versusH454 confirmé en retour** par l'influence positive de +/- H459).

La France n'a pas doté le secteur horticole d'une politique sectorielle nationale, et ce sont les entreprises notamment celles susceptibles de contribuer activement à la recherche-développement qui ont pu influencer sur un verdissement modéré de villes aux quartiers densifiés en proposant des gammes de végétaux fonctionnels par rapport à la problématique de la gestion de l'eau. Dans un tel contexte, l'interprofession a pour objectifs d'une part d'influer sur les collectivités pour que se diffusent au maximum les performances du végétal fonctionnel, mais aussi, d'autre part, de maintenir un secteur ornemental, notamment à destination de la clientèle aisée : une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal n'est dès lors ni incontournable ni contreproductive (synthèse des influences, positive de +/- H459, et mitigées de +/- H185 et versusH483 sur H187 : **+/- H187 par ces voies**).

Les efforts de végétalisation des villes étant modestes et concernant peu le fleurissement (facteur de coûts d'entretien conséquents), il existe un marché potentiel, stimulé par l'interprofession au sein des ménages les plus aisés pour que se développe, dans le cadre de quartiers densifiés, une demande de végétaux ornementaux d'intérieur mais ceci sans relation proportionnelle avec l'effort de fleurissement réalisé par les communes ! (synthèse des influences mitigées de plutôt versusH454, versusH15 et +/- H185, négative de +/- H459, et réciproque et mitigée de +/-H187 sur H255 : **+/- H255**).

Dans un tel contexte, la priorité n'est pas à contraindre réglementairement les ménages et collectivités dans la gestion des déchets verts, compte tenu de leur relativement faible place notamment dans le cadre urbain. Les particuliers se débrouillent avec leurs déchets verts (compostage individuel, apport à la déchèterie, mélange avec les autres déchets,...) en fonction de leur implication et des possibilités locales. (synthèse des influences positives de +/- H185, plutôt versusH454 et versusH15, et mitigée de +/-H459 sur H504 : **versusH504**).

La volonté politique de, tout à la fois, protéger socio-économiquement les populations les plus fragiles, rationaliser la gestion de l'eau, et densifier les villes, en ne considérant la place du végétal qu'à la marge, ne s'est pas révélée immédiatement favorable au développement de l'agriculture urbaine. Néanmoins, promue modestement par l'interprofession et soutenue par certains acteurs privés de la filière, au sein de programmes immobiliers « nourriciers » efficaces en matière de gestion de l'eau, l'agriculture urbaine rencontre quelques adeptes, mais demeure un marché de niche et n'a qu'un effet modeste d'entraînement sur la demande horticole (synthèse des influences positives de plutôt versusH454 et +/- H459, mitigées de +H501 et +/-H187, et réciproque et mitigée de plutôt +/- H185 et H356 : **plutôt versusH356**).

MétaSc 3-3

Titre : Domestication urbaine du végétal non alimentaire

Résumé : La synergie entre les entreprises de la filière et l'Etat favorisent, au travers d'une politique urbaine attentive au cadre de vie, un développement tous azimuts du végétal fonctionnel auprès des collectivités, mais aussi de l'industrie et des ménages

H15 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques.

versusH501 *Les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale.*

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques (**H15 s'allume en**

recto). En effet, le difficile retour au plein emploi dans les pays d'Europe occidentale conduit à ce qu'une attention particulière soit apportée aux autres éléments de socialisation dont le cadre de vie.

La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie, et de la place que joue le « biotope humain » dans la stabilité sociale.

La facture énergétique demeurant conséquente, sous la pression des écologistes, les politiques urbaines s'orientent plutôt vers une ville végétalisée, dense et verticale, l'étalement urbain n'étant toléré que pour garantir une proximité entre espace vert et logement dans des zones initialement privées de végétal (influence mitigée de +H15 sur H185 : **plutôt +H185 par cette voie**).

Une ville végétalisée plutôt dense et verticale, l'étalement urbain étant limité, est de nature à également verticaliser les plantations, qui dès lors ne sont plus exclusivement localisées sur le « plancher des vaches » : la ville a tendance à verdir partout dans tous les quartiers, tant au sol que verticalement matérialisant ainsi cette proximité entre végétal et logement considérée comme facteur de bien-être (synthèse des influences mitigées de +H15 et positive de plutôt +H185 sur H454 : **plutôt + H454 par ces voies ; plutôt +H185 confirmé** en retour par l'influence de **+ H454**).

Bien que la question de la gestion de l'eau et de la priorisation des usages ait donné lieu depuis plusieurs années à un arbitrage en faveur de l'alimentation des populations en eau potable puis de la continuité écologique des cours d'eau et ce, au détriment des usages productifs (industrie et agriculture) mais surtout des usages privés (arrosage du gazon, remplissage de piscine et nettoyage des voitures), le caractère agricole des structures de production horticole est reconnu ; en conséquence, les restrictions à l'usage de l'eau sont les mêmes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires (**H501 s'allume en verso : versusH501**).

Les choix combinés en matière de politique de l'eau vis-à-vis de la filière horticole et en matière d'urbanisme favorisent la mise en place d'une politique publique nationale en faveur de ce secteur, considéré comme un des leviers important de l'amélioration du cadre de vie, notamment urbain. En cohérence avec ces choix, les pouvoirs publics investissent, non seulement en matière de recherche, mais aussi significativement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (phyto remédiation, phyto mine, chimie bio sourcée, gestion quantitative et qualitative des eaux, nouvelles utilisations alimentaires ou forestières...) (influence négative de versusH501, positive de +H454 et mitigée de plutôt +H185 sur H483 : **+ H483** en cohérence et influence réciproque positive avec +H296 du fait des influences positives de +H15, +H454 et de l'influence mitigée de plutôt + H185).

Ce contexte est particulièrement favorable pour les acteurs de la filière horticole qui, en synergie avec les pouvoirs publics, investissent et jouent un rôle majeur sur la transformation de la ville (**synthèse des influences positives de +H296, +H483 et plutôt +H185, et mitigée de +H15 sur H459 : +H459**).

La France s'est dotée d'une politique horticole nationale, et les entreprises ont investi le terrain d'un aménagement urbain « socio-écologique » mais aussi les relations avec le secteur industriel, pharmaceutique, alimentaire ou forestier autour de nouveaux usages du végétal.

Dans un tel contexte, l'interprofession vise à accompagner le développement de la filière en maintenant sa cohésion, tout en valorisant notamment les performances du végétal fonctionnel, moteur du développement de la filière, ce qui la conduit à mettre en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal et vanter les mérites et l'intérêt d'une domestication du végétal y compris non alimentaire (**synthèse des influences, positive de +H459, et mitigées de plutôt +H185 et +H483 sur H187 : + H187 par ces voies**).

Le fleurissement concernant les parcs et jardins qui subsistent pour garantir une proximité « logement / espace vert » et le caractère vert partout de la ville, ne conduisent pas les ménages à ressentir un manque de végétal dans leur environnement, d'autant plus que l'orientation prioritaire des professionnels du secteur va vers l'aménagement urbain, les collectivités locales, et les nouveaux usages industriels. Néanmoins, certains aspects fonctionnels (thérapeutiques, dépolluants d'intérieur...) mis en lumière par la communication interprofessionnelle et le maintien d'entreprises sectorielles spécialisées sur l'ornemental et le cadeau, et la volonté de s'auto-provisionner dans un contexte social peinant à garantir le plein emploi, sont de nature à quelque peu atténuer la faiblesse de la demande des particuliers (**synthèse des influences mitigées de + H454, + H15 et plutôt + H185, négative de + H459, et réciproque et mitigée de +H187 sur H255 : +/- H255**).

Dans un tel contexte, l'importance prise par le cadre de vie et sa composante végétale, conduit à ce que son entretien s'accompagne d'obligations réglementaires, notamment en matière de gestion des déchets. Ainsi, les déchets verts sont-ils obligatoirement triés par les particuliers et sont systématiquement pris en charge par les collectivités locales (**synthèse des influences positives de plutôt +H185, +H454 et +H15, et mitigée de +H459 sur H504 : +H504**).

La volonté politique de verdir la ville, notamment dans un contexte de développement des préoccupations sociales autour de la qualité du cadre de vie, et de la verticaliser en gardant concentré l'habitat pour des raisons énergétiques, ainsi que le développement dans de multiples directions du végétal fonctionnel, constituent un terreau favorable au développement secondaire non seulement d'une agriculture urbaine

productrice de biens alimentaires, mais aussi d'autres fonctions (thérapeutiques par exemple). Cette opportunité est saisie par une partie des acteurs de la filière fortement investis dans cette « socio-écologie » urbaine et soutenue par la communication pédagogique de l'interprofession, qui y voient un marché secondaire potentiel. Ainsi le marché de l'horticulture peut-il plutôt profiter du développement de l'agriculture urbaine, même si au sein des mouvements écologistes qui ont contribué à nombre de ces évolutions, se fait jour une querelle entre les anciens et les modernes autour du développement de l'agriculture urbaine, les premiers refusant une artificialisation jugée excessive de la production alimentaire (**synthèse des influences positives de +H454 et +H459, mitigées de versusH501 et H187, et réciproque et mitigée de plutôt +H185 et H356 : plutôt + H356**).

MétaSc 3-4

Titre : Une politique urbaine sans réelle influence sur la filière

Résumé : Sans contraintes hydriques spécifiques et sans incitation via une politique urbaine favorable au végétal, la filière n'investit pas de nouveaux terrains. Le végétal fonctionnel reste au laboratoire.

versusH15 : *L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement.*

versusH501 *Les restrictions à l'usage de l'eau sont identiques pour l'agriculture alimentaire ou ornementale.*

L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement. (**H15 s'allume en verso : versusH15**). L'argent public disponible est quasi totalement affecté aux soutiens socio-économiques des personnes les plus impactées par la crise et ses conséquences, il n'y a plus d'argent pour la prise en compte de l'environnement au sens large, notamment urbain.

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, les écologistes ne voyant se mettre en œuvre qu'une partie de leurs demandes ; l'étalement urbain continue néanmoins d'exister sous forme d'une mosaïque de quartiers densifiés notamment pour des raisons de coût du foncier, et de réponse à une partie de la demande sociale en situation économique fragile (influence mitigée de versusH15 sur H185 : **+/- H185 par cette voie**). La ville de demain se densifie donc mais reste "sectorisée", seuls les parcs se développent, leur conception intégrant une réduction des coûts d'entretien (synthèse des influences mitigées de versusH15 et positive de +/- H185 sur H454 : **plutôt versusH454 par ces voies ; +/- H185 confirmé en retour** par l'influence mitigée de plutôt versusH454).

Bien que la question de la gestion de l'eau et de la priorisation des usages ait donné lieu depuis plusieurs années à un arbitrage en faveur de l'alimentation des populations en eau potable puis la continuité écologique des cours d'eau et ce, au détriment des usages productifs (industrie et agriculture) mais surtout des usages privés (arrosage du gazon, remplissage de piscine et nettoyage des voitures), le caractère agricole des structures de production horticole est reconnue ; en conséquence, les restrictions à l'usage de l'eau sont les mêmes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires (501 s'allume en verso : **versusH501**).

Malgré ce choix en matière de politique de l'eau vis-à-vis de la filière horticole, les choix en matière d'urbanisme qui ne conduisent pas à faire de la présence du végétal en ville un des axes importants de développement, n'amènent pas la France à se doter d'une politique nationale horticole et la performance du secteur est liée prioritairement aux entreprises sans intervention de l'Etat. En effet, les pouvoirs publics n'investissent pas spécifiquement pour le développement de la production et de la mise en œuvre du végétal fonctionnel (influences positives de versusH15, de plutôt versusH454 et de +/-H185, et mitigée de versusH501 sur H296 : **versusH296** : in fine l'influence négative de versusH501 sur H483 est plus que compensée par les influences positives de plutôt versusH454 et versusH296 et l'influence mitigée +/-H185 : **versusH483**). Ce contexte n'incite pas particulièrement les acteurs de la filière horticole à investir sur la transformation de la ville, et la restructuration de la ville se fait sans participation majeure de la filière horticole (synthèse des influences positives de versusH296 et versusH483 et +/-H185 et mitigée de versusH15 sur H459 : **versusH459**).

La France n'a pas doté le secteur horticole d'une politique sectorielle nationale, et les entreprises ne sont pas incitées à investir le terrain d'un aménagement urbain « socio-écologique » qui aurait conféré une place de choix aux métiers de l'horticulture mais qui ne voit pas le jour. Dans un tel contexte, l'interprofession conserve ses objectifs classiques, au premier rang desquels l'incitation à l'achat « plaisir » pour soi et pour offrir des plantes à vocation essentiellement ornementales (le végétal fonctionnel peinant à sortir du laboratoire), et ne se sent pas particulièrement en charge d'une démarche pédagogique visant à initier le public à la connaissance du monde végétal (synthèse des influences,

positive de versusH459, et mitigées de +/- H185 et versusH483 sur H187 : **plutôt versusH187 par ces voies**).

Les efforts de végétalisation des villes étant modestes et le fleurissement concernant les parcs et jardins interstitiels des quartiers densifiés, stimulée par l'interprofession notamment auprès des ménages les plus aisés, se développe une demande de végétaux ornementaux d'intérieur en relation avec l'écart entre l'effort de fleurissement réalisé par les communes dans ces parcs et le degré de densification des quartiers (synthèse des influences mitigées de plutôt versusH454, versusH15 et +/- H185, négative de versusH459, et réciproque et mitigée de plutôt versusH187 sur H255 : **plutôt + H255**).

Dans un tel contexte, la priorité n'est pas à contraindre réglementairement les ménages et collectivités dans la gestion des déchets verts, compte tenu de leur relativement faible place notamment dans le cadre urbain. Les particuliers se débrouillent avec leurs déchets verts (compostage individuel, apport à la déchèterie, mélange avec les autres déchets,...) en fonction de leur implication et des possibilités locales. (synthèse des influences positives de +/- H185, plutôt versusH454 et versusH15, et mitigée de versusH459 sur H504 : **versusH504**).

La volonté politique de protéger socio-économiquement les populations les plus fragiles en densifiant les villes et en ne considérant la place du végétal qu'à la marge d'une part, et l'absence de contraintes environnementales sur la gestion de l'eau n'ayant pas ouvert de perspectives au végétal fonctionnel d'autre part, n'ont pas incité la filière horticole à faire de la ville son terrain de jeu privilégié. Dans ce contexte, ni la communication de l'interprofession, ni l'orientation majoritaire du marketing des entreprises de la filière ne contribuent, ni ne profitent, d'une agriculture urbaine qui demeure marginale (synthèse des influences positives de plutôt versusH454 et versusH459, mitigées de versusH501 et plutôt versusH187, et réciproque et mitigée de plutôt +/- H185 et H356 : **versusH356**).

› Des méta-scénarios aux scénarios globaux, produit final de l'étude

Meta Agrégat 1 : Contexte, régulation, marché	Meta Agrégat 2 : Recherche, offre, organisation de la filière	Meta Agrégat 3 : Politique urbaine et secteur horticole
<p>Msc1-1 Différenciation accrue et compétitivité-prix</p> <p>2 catégories de produits trouvent leurs débouchés au sein d'une économie de + en + globalisée, libéralisée et dérégulée : ceux valorisés par la différenciation, notamment grâce aux OGM, et ceux concurrentiels à moindre coût. Commercialisation et production des variétés OGM de plantes ornementales sont autorisées dans l'UE, et la production sous serre est concurrentielle en termes de compétitivité-prix en tant que « co-produit » de la production d'électricité</p>	<p>Msc2-1 Recherche et filière main dans la main</p> <p>En lien avec la recherche publique et privée, la filière du végétal d'ornement traduit les attentes de ses clients et valorise son offre y compris sur l'argument santé bien-être.</p>	<p>Msc3-1 Socio-écologie urbaine et gestion de l'eau</p> <p>La France ne se dote pas d'une politique sectorielle nationale mais l'attention apportée au cadre de vie et à la place du végétal ainsi qu'une gestion restrictive de l'eau orientent fortement la filière. TTV, rétentions des excédents d'eau en ville, agriculture urbaine... constituent des marchés en développement.</p>
<p>Msc1-3 Globalisation & normes sociales et environnementales édictées par les grandes zones économiques (dont l'U.E.)</p> <p>Afin d'éviter des évolutions trop divergentes priorité est donnée au rééquilibrage des économies au sein des grandes zones. La libéralisation des échanges se conjugue avec des normes sociales et environnementales, la filière s'organise et en tire parti.</p>	<p>Msc2-2 La valeur est dans la plante</p> <p>Une filière horticole française très performante à l'amont avec l'aide de la recherche mais dépendante d'autres secteurs ou d'autre pays pour l'innovation et la conception.</p>	<p>Msc3-2 Un verdissement modéré d'une ville aux quartiers densifiés</p> <p>Sans intervention de l'Etat et sans politique urbaine favorable au végétal, la gestion restrictive de l'eau offre des opportunités à la filière mais sélectionne les acteurs ayant investi en R&D sur le végétal fonctionnel.</p>
<p>Msc1-2 Réponses locales à la rupture systémique</p> <p>Face à la montée des risques socio-politiques engendrés par la grave détérioration de la situation économique et financière mondiale, le modèle local succède au global. Adossées aux barrières non tarifaires aux échanges commerciaux, les régions, au-delà de simples « bassins de production », deviennent des bassins d'approvisionnement privilégiés, la, ou plutôt les, « préférences régionales » sont voulues comme autant de réponses, au plus près du terrain, localement adaptées aux défis économiques, sociaux et politiques.</p>	<p>Msc2-3 La réponse par les plantes artificielle</p> <p>Le végétal n'étant pas assez réactif pour répondre à l'accélération des tendances, les entreprises du secteur incorporent de plus en plus d'éléments non végétaux.</p>	<p>Msc3-3 La domestication urbaine du végétal non alimentaire</p> <p>La synergie entre les entreprises de la filière et l'Etat favorisent, au travers d'une politique urbaine attentive au cadre de vie, un développement tous azimuts du végétal fonctionnel auprès des collectivités, mais aussi de l'industrie et des ménages</p>
	<p>Msc2-4 La filière et la recherche dos-à-dos</p> <p>Sans connexion avec la recherche, sans innovation dédiée, la filière du végétal d'ornement se limite à quelques métiers et se dilue dans d'autres secteurs.</p>	<p>Msc3-4 Une politique urbaine sans réelle influence sur la filière</p> <p>Sans contraintes hydriques spécifiques et sans incitation via une politique urbaine favorable au végétal, la filière n'investit pas de nouveaux terrains. Le végétal fonctionnel reste au laboratoire.</p>

Le tableau précédent est une présentation synthétique des 11 méta scénarios.

A l'issue de la présentation des 11 Méta scénarios, il a été demandé aux membres de la cellule d'animation de proposer des enchainements cohérents de 3 meta scénarios (un de chaque colonne) afin d'aboutir à l'écriture de 4 à 6 scénarios globaux, cibles de l'exercice.

Quatrième partie : Les scénarios pour la filière

Les liens entre méta-scénarios pour établir les scénarios globaux

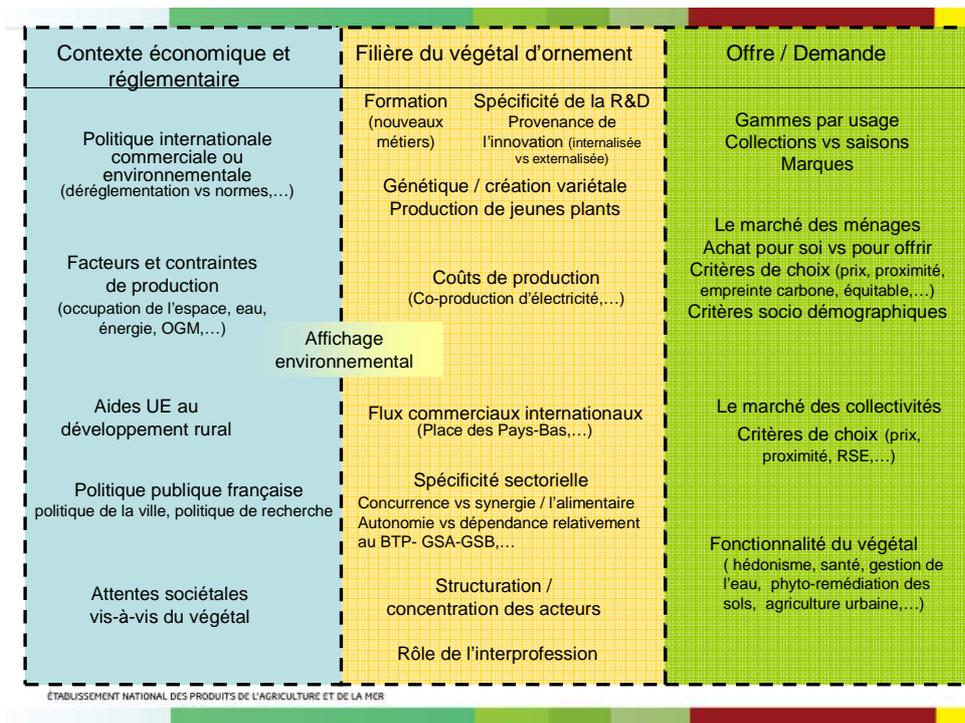
Quatre combinaisons ont été choisies par les membres de la cellule d'animation parmi les 48 théoriquement possibles pour aboutir à la rédaction de scénarios à la fois cohérents et suffisamment différents pour susciter le débat et la réflexion stratégique.

Meta Agrégat 1 : Contexte, régulation, marché	Meta Agrégat 2 : Recherche, offre, organisation de la filière	Meta Agrégat 3 : Politique urbaine et secteur horticole
Msc1-1 Différenciation accrue et compétitivité-prix	Msc2-1 Recherche et filière main dans la main	Msc3-1 Socio-écologie urbaine et gestion de l'eau
Msc1-3 Globalisation & normes sociales et environnementales édictees par les grandes zones économiques (dont l'U.E.)	Msc2-2 La valeur est dans la plante	Msc3-2 Un verdissement modéré d'une ville aux quartiers densifiés
Msc1-2 Réponses locales à la rupture systémique	Msc2-3 La réponse par les plantes artificielle	Msc3-3 La domestication urbaine du végétal non alimentaire
	Msc2-4 La filière et la recherche dos-à-dos	Msc3-4 Une politique urbaine sans réelle influence sur la filière

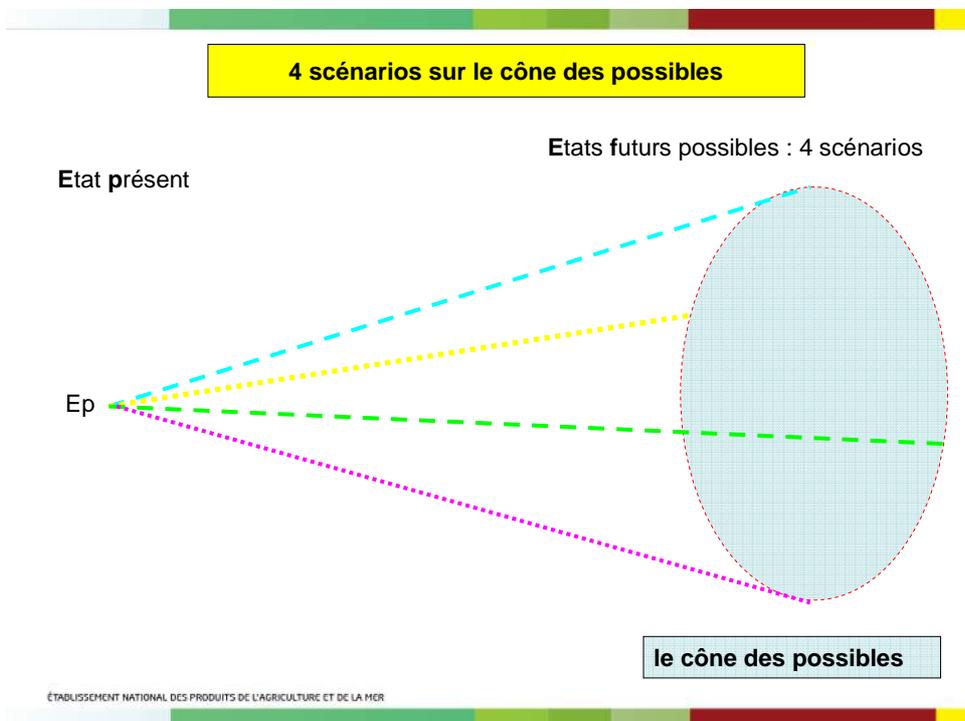
Le canevas des scénarios pour la filière

Une fois déterminés les enchainements entre méta-scénarios permettant de produire les 4 scénarios pour la filière, il est possible de dresser le canevas commun à ces 4 scénarios : en effet, chacun de ces quatre scénarios peut être appréhendé par le biais d'une « grille de lecture thématique », ou « canevas » des scénarios (cf. le tableau détaillé ci-dessous) constitué de familles de questions qui correspondent, à un ensemble de quelques hypothèses retenues pour construire les 11 méta-scénarios et qui traitent d'une thématique commune.

Selon le scénario envisagé, certaines thématiques exerceront une influence plus ou moins forte, positive ou négative selon les cas, sur le devenir de **l'offre et de la demande**, de la **filière du végétal d'ornement** et du **contexte économique et réglementaire** dans lequel elles s'inscrivent. Et ces thématiques, ou familles de questions, s'enchaîneront ainsi les unes aux autres de manière différente pour exprimer le contenu des divers scénarios : *in fine* chacune des histoires retenues correspond à une combinatoire unique de réponses apportées à ces familles communes de questions.



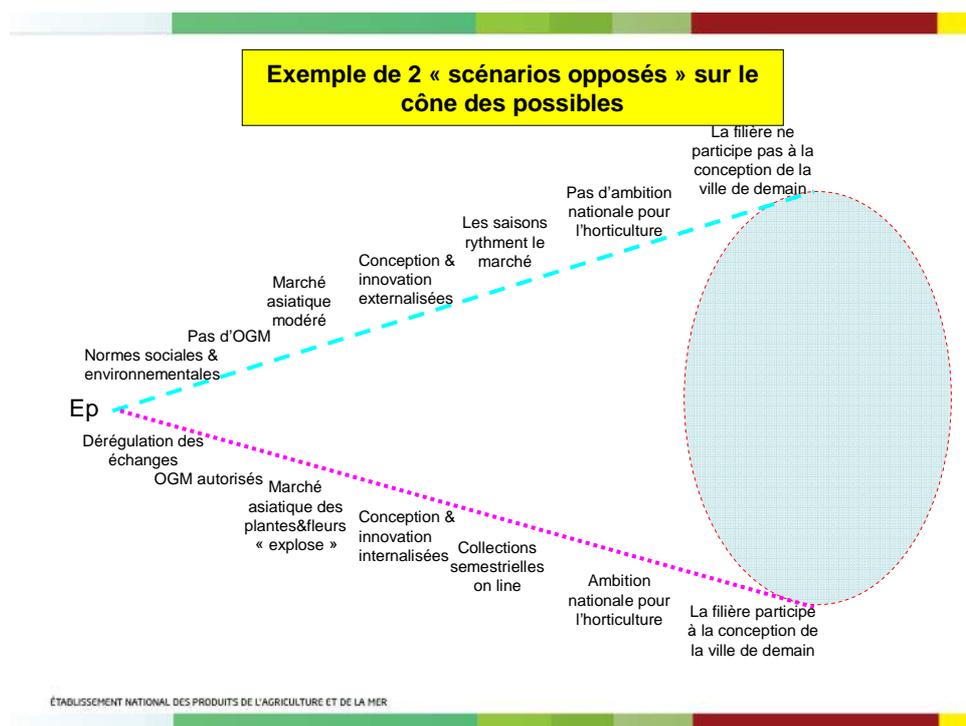
L'un des objectifs recherchés est que ces 4 scénarios soient suffisamment différents et « extrêmes » pour qu'ils puissent offrir dans leur ensemble une couverture satisfaisante de ce que nous avons appelé le « cône des possibles » (cf. les « devenirs possibles » au début de l'exposé méthodologique, supra : 2^e partie de la présente étude).



La comparaison des scénarios « rose » (méta-scénarios 1.1 – 2.1 – 3.3) et « bleu » (méta-scénarios 1.2 – 2.4 – 3.4) offre une bonne illustration de l'ouverture ou l'extrémisation du « cône des possibles » dans le cadre de notre exercice prospectif :

- dans le scénario « rose » les échanges internationaux sont dérégulés, dans le « bleu » les marchés internationaux sont régulés par des normes, notamment sociales et environnementales ;
- dans le « rose » le marché asiatique des fleurs et plantes se développe fortement, plus modérément dans le « bleu » ;
- la conception et l'innovation sont internalisées dans le « rose », externalisées dans le « bleu » ;
- le marché est rythmé par des collections semestrielles « on line » dans le scénario rose alors que dans le bleu le rythme est donné par les saisons ;
- Dans le rose, la filière du végétal d'ornement est motrice dans la métamorphose de la ville, pas dans le bleu.

La somme de ces évolutions divergentes aboutit à des scénarios fortement contrastés, ce qui garantit l'ouverture / extrémisation du cône des possibles.

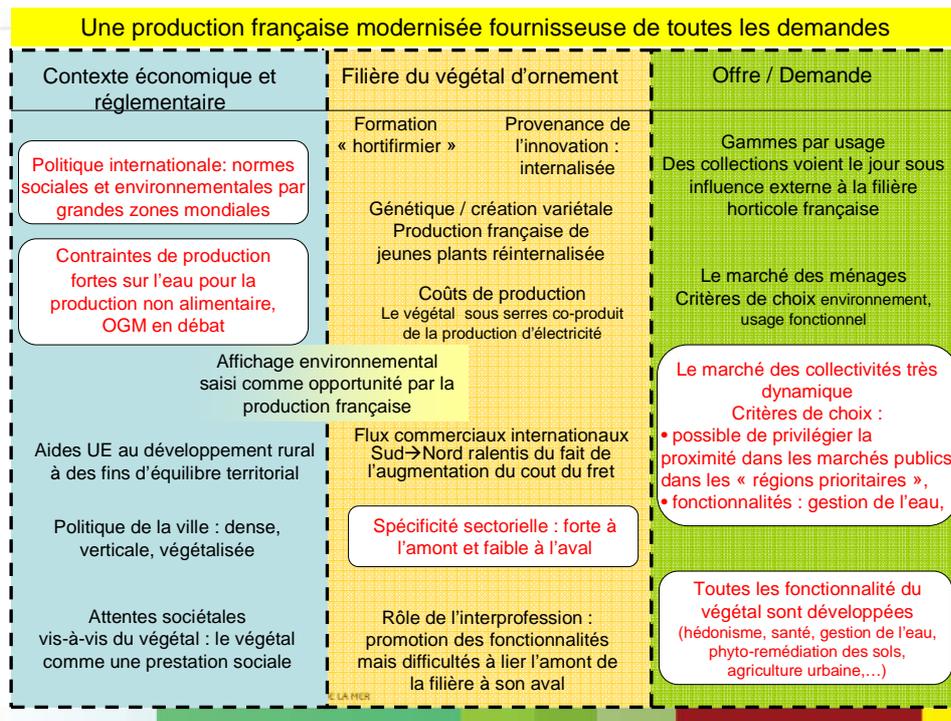


› Scénario Jaune : Une production française modernisée fournisseuse de toutes les demandes

Titre : Une production française modernisée fournisseuse de toutes les demandes
Meta scénarios : 1.3 – 2.2 – 3.1
Résumé : 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

La poursuite de politiques monétaires « accommodantes » évite une crise systémique ou le retour d'une nouvelle récession, sans toutefois que l'économie mondiale ne renoue avec des taux de croissance conséquents : les meilleurs résultats sont obtenus par les pays compétitifs du point de vue économique/industriel et disposant de structures et fondamentaux les plus solides dans le domaine financier, l'excès de liquidités induisant une instabilité financière.

Pour des raisons de stabilité, priorité est donnée au rééquilibrage des économies au sein de chacune des grandes zones économiques mondiales (UE, ALENA, ASEAN, etc.) : la globalisation doit s'adapter à des échanges conjugués avec des normes sociales et environnementales définies par chacune des grandes zones économiques, et, dans le cadre d'un large accord international, cet objectif de rééquilibrage se décline au niveau des régions, des dérogations étant acceptées en faveur de celles reconnues comme « prioritaires » (un régime d'exception leur permet notamment de privilégier une origine régionale de produit dans le code des marchés publics).



Au sein de l'UE, la mise en œuvre des aides du 2nd pilier de la PAC (ruralité, ...) en faveur de l'horticulture locale est réalisée dans les seules régions où elle est nécessaire pour aboutir à une production compétitive sur le marché, dans la mesure où le rôle de filtre joué par les normes sociales et environnementales s'avère insuffisant dans cette perspective. La mise en œuvre de ces aides permet d'accroître le nombre de régions potentiellement compétitives dans le domaine horticole. Les autres régions horticoles, déjà compétitives, préfèrent concentrer les crédits alloués sur d'autres activités (les requérant pour devenir concurrentielles).

La persistance d'un taux de chômage conséquent dans de nombreux pays de l'UE conduit à ce qu'une attention particulière soit apportée aux autres éléments de socialisation, dont le cadre de vie. L'environnement, au sens de « biotope urbain » (cadre de vie, milieu,...), acquiert un poids accru eu égard au rôle qui lui est dévolu en matière de stabilité sociale. La place du végétal, notamment en ville, est dès lors considérée comme un élément constitutif important (parmi d'autres : transport, accès à la culture,...) de ce cadre de vie.

Avec le renchérissement du prix de l'énergie, les politiques urbaines s'orientent vers une ville végétalisée, dense et verticale, matérialisant ainsi cette proximité entre végétal et logement considérée comme facteur de bien-être. L'importance prise par le végétal conduit à ce que les déchets verts soient systématiquement triés par les particuliers et pris en charge par les collectivités locales.

Saisissant l'opportunité offerte par le renchérissement du prix de l'énergie, la production ornementale sous serre devient un « co-produit » de la production d'énergie. Constituant un complément, revenu d'appoint, à la fourniture du produit principal de l'activité (par exemple d'électricité), de tels « co-produits » sont compétitifs pour fournir l'offre en « premiers prix ». Ils sont également susceptibles de satisfaire à une stratégie de différenciation sous réserve d'y consacrer les moyens nécessaires permettant notamment une stratégie marketing dynamique.

Étant plus en pointe en matière de normes sociales et environnementales que les autres grandes zones économiques, l'UE dispose ainsi d'un avantage, plus particulièrement sur son marché intérieur (normes plus élevées ≈ barrières à l'entrée). Hausse des coûts du fret et 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). Compte tenu de taux de croissance en Asie plus modérés qu'au début du XXI^{ème} siècle, les marchés de la fleur coupée et des plantes en pot ne s'y développent que lentement.

Dans le même temps, les usages de l'eau font l'objet de restrictions. L'horticulture est compromise dans certaines régions, notamment lorsqu'il s'agit de productions fortement consommatrices d'eau. Le verdissement de la ville s'effectue donc, mais 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 (amélioration des performances notamment qualitatives du cycle de l'eau ainsi qu'à sa régulation quantitative) : 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.

Ce sont surtout les marchés publics portés par les collectivités territoriales et les promoteurs, soutendus par le développement des règles d'urbanisme relatives à la végétalisation de la ville, qui constituent les axes essentiels de croissance du marché horticole. 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.

Une part, non majoritaire, des consommateurs arbitre en faveur de produits d'ornements différenciés par des pratiques/caractéristiques environnementales supérieures aux normes en vigueur, contribuant ainsi à faire de l'affichage environnemental un progrès qui motive la filière horticole française dans l'évolution de ses pratiques, et lui confère un avantage compétitif. Au sein d'une économie où la concurrence est filtrée par des normes sociales et environnementales, la marque commerciale conserve son intérêt en terme de différenciation à côté d'autres signes de qualité ou des produits positionnés en « premier prix ».

À côté des occasions de consommation classiques (fêtes, réceptions, cadeaux, ...), la mise en œuvre d'une segmentation des gammes par usage tournée vers le consommateur fait émerger la thématique de la santé et du bien-être au point de la traduire par la création de nouveaux métiers qui allient soins des personnes et soins des plantes (notamment dans les jardins thérapeutiques). La professionnalisation de l'offre « végétal / santé / bien-être » et la préservation de cette priorité malgré les contraintes budgétaires des clients contribuent à augmenter le prix de vente des produits, ce qui encourage la recherche dédiée.

La recherche permet de définir la plante voulue par le consommateur, 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, conscients de leurs points faibles, notamment en matière d'adaptation 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.

Dans un tel contexte, l'interprofession valorise les performances du végétal fonctionnel (santé/bien-être, optimisation/gestion de la ressource en eau,...), moteur du développement de la filière, ce qui la conduit à mettre en place une démarche pédagogique active pour initier le public à la connaissance du monde végétal.

Bien qu'ayant perdu leur place de leader global dominant dans les échanges internationaux de fleurs coupées, les Pays-Bas conservent cependant une position dominante en Europe, même si les importations d'Afrique et d'Amérique Latine, dont celles réalisées sous leur contrôle, sont réduites.

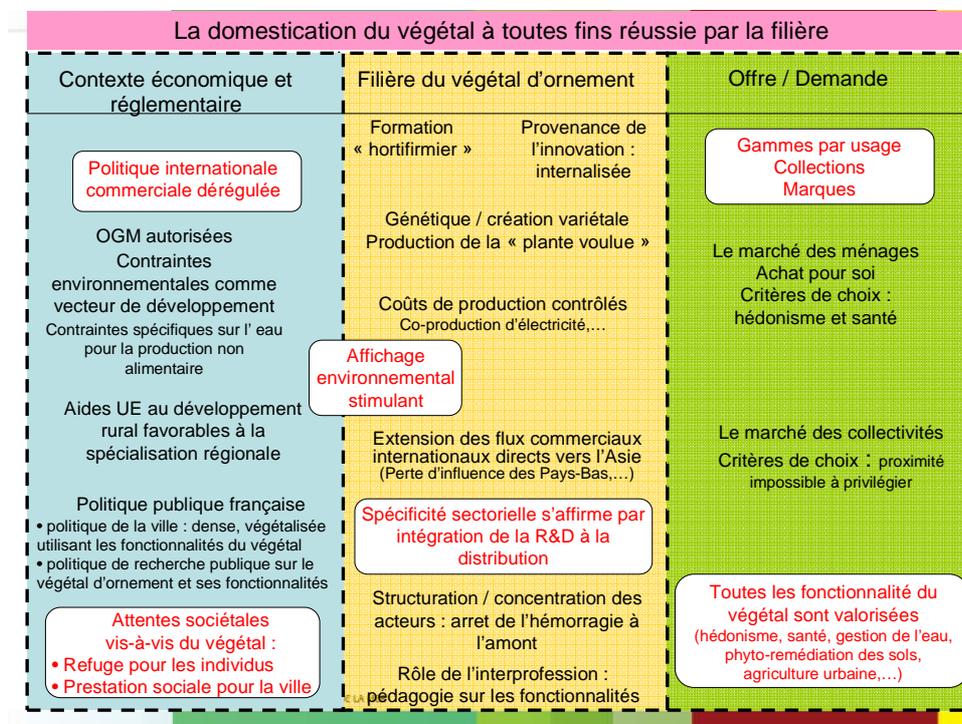
Les restrictions portées à l'usage de l'eau rouvrent le débat au sein de l'UE à l'approche de la décennie 2030 sur l'autorisation des variétés OGM de plantes ornementales, non compatibles avec les normes environnementales initialement mises en place.

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

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

Métascénarios : 1.1 – 2.1 – 3.3

Résumé: 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



Malgré les crises économiques et financières de la décennie 2000, le développement des échanges et la dérégulation conditionnent les négociations internationales. Le « principe de précaution » soupçonné de cacher des entraves au commerce a été balayé et les OGM sont autorisés en Europe pour la création de variétés notamment dans le secteur du végétal d'ornement. Les interventions publiques ne sont tolérées que si elles ont pour objectif l'accompagnement structurel des secteurs pour vivre en univers libéralisé : ainsi les aides de la politique agricole européenne confortent les spécialisations de chaque région.

Dans cette logique de favoriser la fluidité des marchés, il est clairement 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.

Les entreprises françaises de la production ornementale s'organisent, rationalisent leurs coûts, y compris dans le maraîcher 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.

Au niveau mondial, le commerce des fleurs et plantes se développe, stimulé par la demande asiatique, et de nouveaux flux commerciaux se mettent en place sans passer par les Pays-Bas qui perdent leur place centrale.

Le développement des biotechnologies dans la création variétale ornementale stimulé par l'autorisation des OGM en Europe, accélère 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.

A 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 notamment 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. Dans un contexte socio économique où la compétitivité et l'efficacité sont les maîtres mots, les consommateurs se réfugient dans l'individualisme d'une recherche de bien être. Le végétal d'ornement se positionne sur cette demande grâce aux résultats de travaux coordonnés de la recherche et de la filière qui ont démontré le lien santé végétal d'ornement, chez soi mais aussi par la conception de jardins à but thérapeutiques. A tel point que des métiers dédiés à la double compétence de l'horticulture et de la santé ont vu le jour pour conseiller les particuliers et les aménageurs.

Alors que la libéralisation toujours accrue des échanges plonge leurs concitoyens dans la dureté d'un monde de compétition, les politiques sont désarmés et ne savent comment adoucir le quotidien de leurs administrés. 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 dense, énergétiquement vertueuse et verticale (pour protéger les sols agricoles de l'étalement urbain et optimiser sa gestion), 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.

Dans la même dynamique, et au vu des efforts de rationalisation de la production et de la logistique de la filière, au niveau national, 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 mais surtout de gestion des eaux pluviales, au bénéfice des collectivités locales. Cette contribution de l'horticulture à la gestion de l'eau a sauvé le secteur de mesures de limitation de l'accès à l'eau plus restrictives que celles imposées à l'agriculture.

L'interprofession ne reste pas passive et accompagne le développement de la filière en maintenant sa cohésion, tout 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-t-elle d'exister malgré l'omniprésence du végétal « collectif ».

› Scénario Vert : Du végétal urbain parké au végétal privé artificiel

Titre : Du végétal urbain parké au végétal privé artificiel

Métascénarios : 1.1 – 2.3 - 3.2

Résumé : 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 de la plante voulue par le consommateur qui finit par se replier sur des produits basiques achetés en grande distribution.

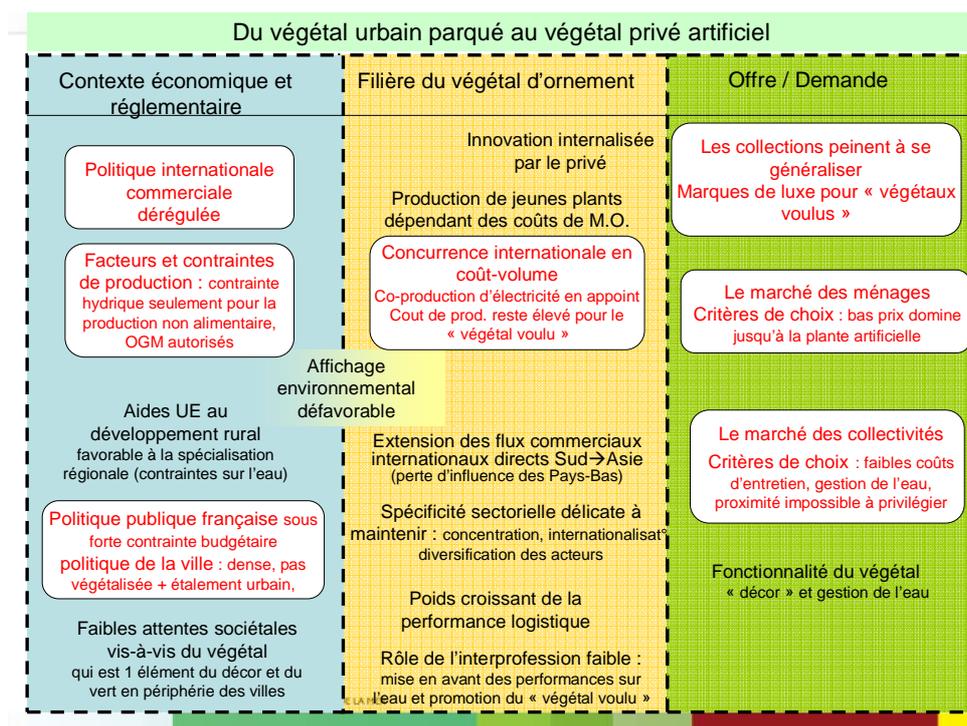
L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui, faute d'argent, ont mis entre parenthèses les préoccupations environnementales. L'argent public disponible est quasi totalement affecté aux soutiens socio-économiques des personnes les plus impactées par la crise et ses conséquences.

L'évolution de la situation financière et économique mondiale ne dégénère pas, notamment en crise sociale et politique, et la situation se stabilise en Occident et même s'améliore en Asie (les pays émergents renouent avec de forts taux de croissance économique) à partir de la 2nde moitié de la décennie 2010.

Dans ce contexte, l'OMC promeut avec succès la poursuite d'une libéralisation réelle des échanges qui l'emporte face aux velléités protectionnistes. Ceci conduit à ne pas contraindre les échanges commerciaux, notamment par des normes sociales et environnementales internationales, seuls les programmes sociaux nationaux compensatoires demeurent tolérés. La déréglementation domine le monde marchand et il n'est clairement pas question de pouvoir privilégier l'économie locale dans des appels d'offre publics.

La facture énergétique demeurant conséquente, notamment du fait d'une hausse des prix du pétrole dont la demande croît plus vite que la découverte de gisements aisément accessibles, 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 continue d'exister, la ville est ainsi constituée d'une mosaïque de quartiers densifiés, entrecoupés de parcs et ce, notamment pour des raisons de coût du foncier, et de

réponse à une partie de la demande sociale en situation économique fragile, partie de la population qui habite des quartiers périphériques également denses et verticaux.



Seuls les parcs se développent, leur conception intégrant une réduction des coûts d'entretien ainsi que la seule contrainte environnementale qui soit devenue prégnante sous l'effet du dérèglement climatique, la gestion qualitative et quantitative de l'eau, contraintes ayant conduit à ce que les restrictions à l'usage de l'eau soient in fine plus fortes pour les productions ornementales que pour les productions agricoles alimentaires, jusqu'à compromettre l'horticulture dans certaines régions. Cette sélection des régions est d'ailleurs renforcée par la régionalisation des quelques aides du 2nd pilier visant à l'adaptation du secteur à la dérégulation et aux contraintes environnementales incontournables, ce qui accentue la spécialisation horticole des régions où la filière est déjà importante et où, donc, des enjeux significatifs à son adaptation existent.

Dans un tel contexte, la ville n'est pas le moteur du développement de la consommation de végétaux par les ménages.

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.

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.

Par ailleurs, bien que les pouvoirs publics n'aient pas de réelle politique spécifique pour le secteur horticole et n'aient pas investi en terme de recherche publique et de développement sur le végétal fonctionnel (pas de développement du végétal comme facteur de bien-être ou vecteur thérapeutique, ni comme phyto-mine), la gestion de l'eau ainsi que l'analyse des goûts et dégoûts des consommateurs et la compréhension des canons de l'esthétique permettant une modélisation des plantes voulues par les consommateurs ont abouti en laboratoire.

La sphère d'intervention publique se limitant à une recherche considérant que les innovations qu'elle produit s'imposeront, c'est sous l'impulsion de la recherche-développement privée des entreprises les plus importantes du secteur que sont mises en marché quelques variétés d'espèces amélioratrices de la gestion quantitative et qualitative des eaux, variétés attendues par les collectivités également comme un facteur de réduction des coûts d'entretien des parcs.

Quant à la traduction dans les faits de la plante « attendue », elle se révèle très délicate, et ce malgré le fait que la filière se soit coordonnée pour tenter d'accélérer les rotations des produits en point de vente en promouvant la « mode végétale », ce n'est en effet pas un problème de coordination des acteurs mais 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 bonzaï) et parfois grâce aux possibilités permises par le recours aux 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 peinent à se maintenir : les entreprises du végétal intègrent, se font absorber par, ou investissent, des activités (ou secteurs d'activité) autre (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.

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. Le marché intérieur est majoritairement un marché de prix assez bas où la distribution tire mieux son épingle du jeu que la production locale.

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

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

Métascénarios : 1.2 – 2.4 – 3.4

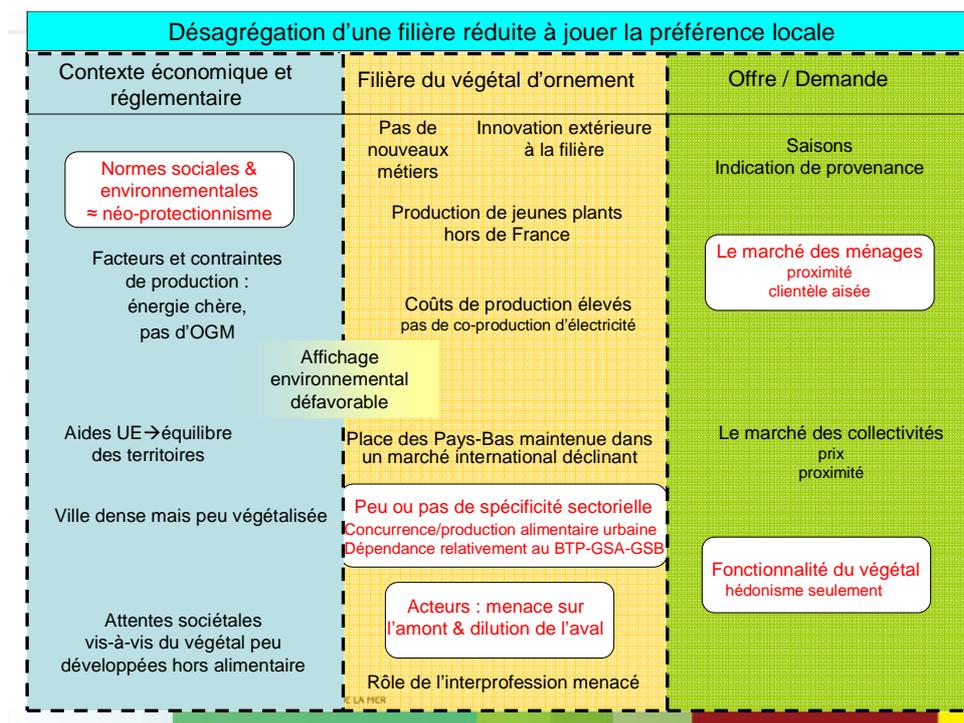
Résumé : Dans un contexte de restriction budgétaires des collectivités comme des ménages, faute de pouvoir utiliser les résultats de la recherche pour mieux cibler la demande des consommateurs, faute d'avoir développé des argumentaires étayés sur le lien végétal d'ornement / santé, la production horticole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

Le dogme du progrès grâce à la croissance sans entraves des échanges a conduit à une crise économique et financière aux conséquences sociales suffisamment graves pour que le besoin de régulation s'impose. A l'OMC, des normes sociales et environnementales sont introduites dans les règles d'échanges.

En Europe, la mise en œuvre de ces préoccupations se traduit par le maintien d'une politique agricole qui privilégie des modèles peu intensifs et de petites structures de production et ne favorise pas l'accentuation de la spécialisation des régions. Les normes sociales et environnementales se traduisent par une certaine dose de néoprotectionnisme et en particulier la possibilité de limiter la provenance des offres dans les marchés publics de façon à privilégier la production locale. De fait, les clients publics mais également les ménages privilégient les achats locaux, même avec un surcoût par rapport aux productions plus lointaines. La marque commerciale devient moins importante que l'indication de provenance !

Sécurisés par des débouchés locaux garantis, 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.

Dispersés et désorganisés 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.



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.

Et c'est également à la faveur des normes environnementales et de la protection de la biodiversité que les plantes OGM sont interdites à la production comme à la commercialisation en Europe.

Néanmoins les recherches se poursuivent dans ce domaine des biotechnologies mais les avancées seront sans lien avec les attentes des marchés qui ne peuvent les accepter. En particulier, la connaissance des mécanismes de choix et de préférences des consommateurs a permis de définir la « plante voulue » mais les OGM seraient nécessaires pour la produire à coût acceptable ce qui a entraîné la suspension de ces recherches.

Cette impossibilité d'utiliser les OGM handicape fortement le développement d'une filière française de production de jeunes plants.

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 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 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-t-il 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 problématiques sociales 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 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. Les préoccupations sociales des élus se traduisent également par un traitement de l'horticulture comme du reste de l'agriculture en matière de restriction à l'accès à l'eau de façon à ne pas handicaper ce secteur.

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.

Postface

Pendant la réalisation de ce document, la prospective a poursuivi son chemin.

Valhor organise, fin septembre 2014, une journée de restitution et de partage des scénarios de la prospective filière du végétal d'ornement à l'attention des dirigeants des principales entreprises de production et de distribution de végétaux d'ornement

Les participants seront notamment conviés à des ateliers au cours desquels ils identifieront les enjeux et les conséquences de chaque scénario : que perd-on et que gagne-t-on si le scénario se réalise ?

Ensuite ils pourront se positionner sur les attitudes stratégiques à adopter vis-à-vis des scénarios en choisissant parmi cinq attitudes possibles :

- **Proactivité positive** - *a contrario négative* - : agir dès aujourd'hui pour favoriser - *a contrario 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, au sein de Valhor une démarche stratégique.

Une démarche de changement d'échelle, dite de « bouturage greffage » selon la méthode développée par Patrick Aigrain et Hervé Hannin est proposée à ceux qui souhaiteraient entreprendre un exercice complémentaire pour une région de production, une famille professionnelle, voire une entreprise, sur la base d'une sélection des hypothèses de la présente prospective et de la création d'hypothèses spécifiques.

Les participants

› Cellule d'animation

Christian AUGER, directeur de la Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et des Pépinières
Pierre-Emmanuel BOIS, délégué général de l'UNEP Les Entreprises du Paysage
Gino BOISMORIN, directeur de Végépolys
Jean-Marc BOUILLON, architecte paysagiste, président de la Fédération Française du Paysage
Francois COLSON, Pr émérite d'AgroCampus-Ouest, secrétaire général du centre technique Plante&Cité
Ariane DELILEZ, déléguée générale de la Fédération Française du Paysage
François DEVILLE, directeur de Ball Ducretet – graines Voltz
Dominique DOUARD, entrepreneur du paysage, président de Valhor l'Interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage
Pierre ENTE, responsable du développement de Gamm Vert
Maxime FRANCOIS, grossiste, président de la Fédération des Grossistes en Fleurs et Plantes
Benoît GANEM, président du groupe de fleuristes FLORA NOVA
Jean GARBAYE, directeur de recherche honoraire INRA Nancy-Lorraine
Martine GEORGET, chargée de mission Partenariat agricole, INRA Paris
Gilles GALOPIN, enseignant-chercheur AgroCampus-Ouest
Dominique LAUREAU, dirigeant du groupe Les Fermes de Gally
Nicolas PERRIN, chef du bureau des fruits et légumes et de l'horticulture DGPAAT Ministère de l'Agriculture
Vincent PIVETEAU, directeur de l'Ecole Nationale Supérieure du Paysage de Versailles
Philippe POUILLAIN, pépiniériste dirigeant groupe Poullain, franchisé Jardiland
Daniel ROLLIN, délégué filière horticole, FranceAgriMer
Jean-Marc ROUVIER, chargé d'études économiques, unité cultures et filières spécialisées FranceAgriMer
Jean Marc VASSE, délégué général de Valhor, l'Interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage
Caroline WIDEHEM, maître de conférence AgroCampus-Ouest INH

› Noyau permanent

Patrick AIGRAIN chef du service Evaluation Prospective et Evaluations Transversales de FranceAgriMer, l'établissement des produits de l'agriculture et de la mer,
Françoise BRUGIERE, cheffe de la Mission prospective au sein d'EPAT à FranceAgriMer
Christian TOUVRON, chargé d'études prospective au sein d'EPAT à FranceAgriMer

› Experts ponctuels

Pierre BERGOUIGNOUX, PDG de PB conseil
David BOURGANEL, directeur marketing de la Semmaris (Sté gestionnaire du Marché International de Rungis)
Pierre DARMET, Laboratoire d'Urbanisme Agricole – Fermes de Gally
Fabienne GIBOUDEAU, adjointe au maire de Paris chargée des espaces verts et de l'environnement.
Bernard de GOUELLO ingénieur-chercheur au Centre Scientifique et Technique du Bâtiment (CSTB)
Anne Haller, FranceAgriMer
Philippe HELLEGOUAC'H, Végépolys pôle de compétitivité
Jérôme KOHN, directeur du Cervia (centre régional de valorisation et d'innovation agricole et alimentaire)
Véronique LAULIER, paysagiste, responsable Formation Continue, E.N.S.P. Versailles
Nicolas LEGER, responsable filières et développement de marchés à Max Havelaar France
Sylvie MAMIAS, secrétaire générale d'Union Fleurs : International Flower Trade Association
Romain MANCEAU, ingénieur outils et méthodes Astredhor
Jean-Louis MOREL, Dr es Sciences, Laboratoire sols et environnement – Université de Lorraine INRA
Denis MUZET, président de l'Institut Médiastopie
Dr Christine PASQUET NOUALHAGUET, allergologue
Manuel RUCAR, dirigeant de Chlorosphère, cabinet de tendances

FranceAgriMer

12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
www.franceagrimer.fr / www.agriculture.gouv.fr
tél. : +33 1 73 30 30 00

LES ÉTUDES de FranceAgriMer /Prospective filière française du végétal d'ornement/ édition septembre 2014 / Directeur de la publication : Éric Allain / Rédaction : FranceAgriMer
Mission Prospective / Conception et réalisation : FranceAgriMer, service de la Communication, studio PAO / Impression : atelier d'impression de l'Arborial /
Crédits photos : pixtal - FranceAgriMer / © : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer. N° ISSN : 2258-1200