

**RAPPORT FINAL**  
**Version définitive**  
Projet stratégique de la  
filière horticole  
réunionnaise 2022 - 2027

Etude financée par :



1. Introduction	Page 3
2. Bilan audit 2016-2020	Page 10
3. Ateliers Producteurs	Page 19
4. Atelier de concertation entre structures	Page 27
5. Etude des attentes consommateurs	Page 34
6. Atelier fleuristes	Page 67
7. Interviews jardineries et GMS	Page 70
8. Enquête communes et collectivités	Page 81
9. Le végétal au service de l'environnement	Page 98
10. Recommandations et plan d'actions	Page 106
11. Conclusion	Page 160

Riche de 30 années d'existence, le secteur ornemental réunionnais regroupe 240 entreprises pour une valeur à la production de 45 millions d'euros.

Cependant, malgré ces acquis et une diversité des milieux pédo-climatiques favorable à une large gamme de productions, l'insularité, le niveau de développement par rapport à des pays à faibles coûts de production, mais aussi la fragmentation de la filière affectent sa compétitivité.

Le secteur souffre ainsi d'une concurrence croissante des importations, principalement dans le domaine des plantes fleuries et des fleurs coupées.

L'Union des Horticulteurs et Pépiniéristes de La Réunion (UHPR), qui regroupe 70 % de la production régionale, s'inquiète de la pérennité économique de la filière et il se pose un certain nombre de questions à la filière horticole réunionnaise :

- Les recommandations de l'audit 2016-2020 ont-elles été mises en œuvre ? Quels sont les **succès et les difficultés rencontrés ces dernières années** dans le développement de la filière horticole réunionnaise ?
- Comment mieux intégrer le **secteur de la fleur coupée** à la politique de développement collective ?
- **Quelle organisation** établir entre les différents acteurs pour optimiser la valeur ajoutée économique à La Réunion ?
- Comment encourager des pratiques de **production plus respectueuses de l'environnement**, même si les produits horticoles n'ont pas de vocation alimentaire ?
- **Quels investissements en commun** pourraient être réalisés pour apporter des économies d'échelle aux producteurs ?
- Quelles sont les **attentes des distributeurs et des consommateurs** ? Quelle **offre commerciale** proposer pour s'adapter aux besoins client ?
- Comment mieux **lutter contre les importations** de plantes finies ou semi-finies ?

En réponse à ces questions, les Pouvoirs Publics ont souhaité pouvoir appuyer leur intervention sur une politique de filière cohérente, et sur un véritable **plan stratégique pluriannuel 2022-2027**.

Sur la base d'un **diagnostic** de la situation actuelle, la présente étude a pour objectif d'élaborer avec l'UHPR une stratégie de développement et d'organisation collective de la filière horticole à l'horizon 2027, répondant aux enjeux socio-économiques locaux, et de la décliner en **plan d'actions** opérationnel et en **fiches action** détaillées.

Notre intervention s'est appuyée sur 4 piliers :

1. Un **diagnostic** pertinent, basé sur une vision globale des facteurs de compétitivité du secteur dans son environnement concurrentiel international (techniques, économiques, commerciaux, réglementaires, logistiques, humains,...) ;
2. La formulation **d'objectifs** en phase avec le potentiel et les priorités du territoire ;
3. La construction d'une **stratégie** et d'un plan d'action cohérents articulant tous les facteurs de compétitivité ;
4. **L'implication** de l'ensemble des parties prenantes, professionnels en priorité, mais aussi partenaires institutionnels, pour mobiliser les moyens et synergies autour du plan d'actions.

Nous avons privilégié une approche terrain, en échangeant avec le plus possible d'acteurs, mais également une **approche participative avec les producteurs**, afin de contribuer à l'appropriation d'une vision d'avenir commune et à l'émergence d'une dynamique collective et d'une solidarité nouvelle entre les acteurs économiques de la filière.





Nous nous engageons à mentionner le financement de cette étude par l'ODEADOM à chaque fois que cela sera possible.

Nous nous engageons à considérer comme confidentiels, pendant la durée de la présente mission et après son expiration, les documents, informations, savoir-faire dont nous aurons eu connaissance et à ne pas les utiliser en dehors des besoins décrits dans le cahier des clauses particulières du présent marché.

Nous nous engageons à respecter les règles de discrétion professionnelle en vigueur, notamment en ce qui concerne le secret des entretiens réalisés au cours de l'étude.

L'étude sera dans tous ses aspects propriété de l'UHPR, 3A Conseil ne pourra pas en faire usage sans l'accord de celle-ci.





# UNE EQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

Une équipe pluridisciplinaire a été mise au service de l'étude



**Renaud Bourjea**, Directeur développement à 3A Conseil, a été le principal interlocuteur de l'UHPR et de la DAAF pour cette étude. Son savoir-faire pour réaliser des études filières et sa connaissance concrète du terrain acquise en groupement de producteurs, ont été des atouts appréciables pour analyser l'état des lieux actuel et pour apporter des recommandations pertinentes à la filière.

**Karim Tatard**, chargé d'étude à 3A Conseil : ancien conseiller agricole au Crédit Agricole, à la SAPHIR et à la Coopérative des Avirons, son expérience technique et financière de l'accompagnement des agriculteurs a été un atout précieux pour réaliser les enquêtes terrain auprès des producteurs et des consommateurs.

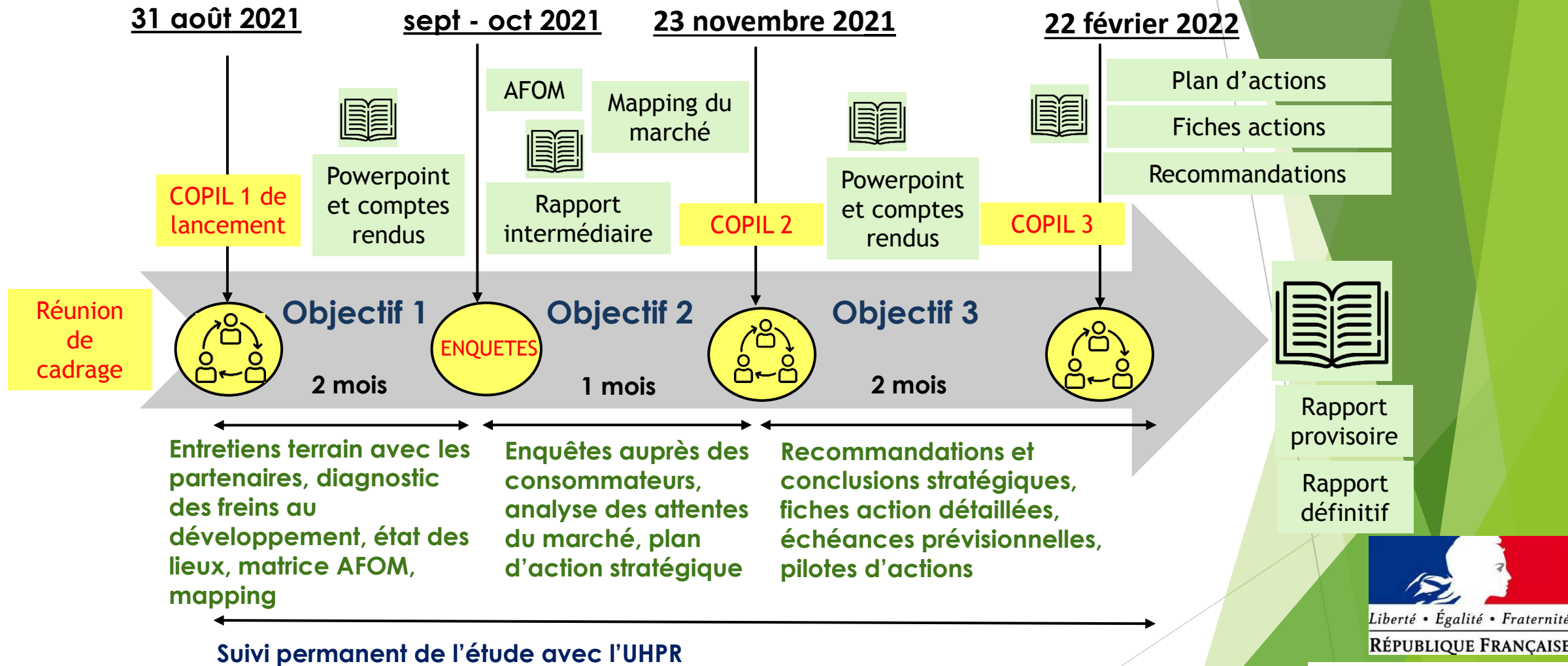
**Séverine Turpin**, chargée de communication du groupe 3A, experte en marketing, a été chargée d'analyser les attentes des consommateurs, de produire des recommandations marketing et commerciales et de produire les ressources graphiques pour présenter les résultats de l'étude.

**Marie Bellay**, chargée d'étude, a réalisé un benchmarking des actions « le végétal au service de l'environnement » et a comparé les différents outils possibles pour la création d'un catalogue de la production locale.

**Hervé Charlanes**, Président du Groupe 3A, Expert-comptable et Commissaire aux comptes, a apporté à l'UHPR son expérience des économies de la zone Océan indien et a aidé l'équipe d'étude à prendre du recul sur les propositions d'accompagnement et les recommandations finales au comité de pilotage.

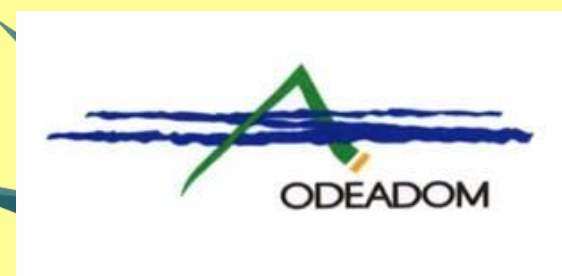






# Bilan audit 2016-2020

Etude financée par :



	<b>AXE 1 : RENFORCER LA POSITION DE LA PRODUCTION LOCALE SUR SON MARCHÉ</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
1.1	Mettre en place un catalogue de l'offre et des acteurs régionaux	15%	Travail de terrain de wopé + quelques fiches à la Chambre
1.2	Réaliser une veille sectorielle : marchés, nouveautés et concurrence	15%	Etudes Kandar et Valhor Astredhor
1.3	Former les producteurs à une bonne compréhension des marchés et de la concurrence internationale	30%	Hollande et Nantes 2017 + Formation 2016
1.4	Réaliser une étude sur le comportement d'achat du consommateur réunionnais	80%	Etude faite sur les manifestation florales par la Chambre d'agriculture. Reste à diffuser
1.5	Créer ou s'adosser à une marque collective régionale, type "produits pays" ou autre	100%	PLANT PEI créée, controles IQUAE, comité de gestion semestriels
1.6	Etablir un programme annuel d'animation et de communication autour du végétal	0%	Non effectué
1.7	Favoriser des regroupements de producteurs pour répondre aux attentes des distributeurs	15%	Premiers contacts réalisés, mais pas d'aboutissement

Les études consommateurs, export et des formations ont été réalisées.  
La marque « Plant' péi » a été lancée avec succès.



	<b>AXE 1 : RENFORCER LA POSITION DE LA PRODUCTION LOCALE SUR SON MARCHÉ</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
1.8	Etudier l'opportunité et la faisabilité d'une plateforme de centralisation des produits avant livraison	<b>15%</b>	Premiers essais boutique en ligne
1.9	Explorer la faisabilité de développer des flux horticoles ciblés à l'export	<b>100%</b>	Etude export réalisées en 2021
1.10	Elire une plante ou fleur emblématique de la Réunion	<b>15%</b>	Enquête réalisée auprès des consommateurs par la Chambre mais élection et choix non réalisés. Important travail effectué sur la « Rose de bourbon » (boutures, formations, collections, communication, charte graphique notamment)
1.11	Développer une offre touristique autour des fleurs et des jardins	<b>40%</b>	Lancement du projet par UHPR puis relais avec le Conseil Départemental
1.12	Organiser ou participer à des concours d'art floral à base de fleurs locales, en particulier tropicales	<b>0%</b>	Non effectué
1.13	Elaborer des concepts de bouquets ou plantes locales	<b>0%</b>	Non effectué

Cet axe a correctement avancé en 5 ans.

Les projets de cash and carry, de développement des partenariats avec les fleuristes et les structures touristiques doivent être relancés.





	<b>AXE 2 : OPTIMISER LA PERFORMANCE TECHNIQUE DES SYSTEMES DE PRODUCTION</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
2.1	Optimiser l'organisation technique expérimentation-développement et le transfert des connaissances et savoir-faire auprès des horticulteurs	<b>80%</b>	Réalisé entre Armefflor et Chambre et UHPR
2.2	Définir une charte commune de critères de qualité	<b>100%</b>	Cahier des charges Plante Péi, contrôles IQUAE, comité de gestion semestriels
2.3	Mettre en place des formations techniques pour les producteurs et les ouvriers horticoles	<b>20%</b>	Les formations CFPPA, Lycée agricoles et organismes de formation VIVEA ne sont pas assez suivies
2.4	Accompagner les producteurs traditionnels vers une professionnalisation de leurs activités	<b>60%</b>	Une majorité de producteurs sont accompagnés par la Chambre
2.5	Mettre en place un programme de démonstration de solutions opérationnelles aux problèmes techniques des producteurs	<b>50%</b>	Essais mis en place mais pas toujours opérationnels en exploitation
2.6	Sensibiliser la profession aux enjeux de demain en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale	<b>30%</b>	recrutement technicien Protection biologique intégrée dans le GIEE, cahier des charges Plante Péi modifié

L'axe 2 est l'axe qui a le plus avancé en 5 ans.

Il reste à capitaliser sur le GIEE qui vient d'être lancé et à renforcer les formations.



	<b>AXE 3 : RENFORCER LA COMPETITIVITE DES EXPLOITATIONS</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
3.1	Développer les achats groupés, mutualiser les coûts	<b>15%</b>	Premiers contacts mais pas d'aboutissement à part Hortibel
3.2	Faciliter l'accès aux financements publics et bancaires	<b>0%</b>	Non effectué
3.3	Lutter contre la concurrence déloyale et l'économie informelle	<b>15%</b>	Sensibilisations effectuées mais pas de réelles avancées. Progression de la concurrence déloyale sur les réseaux sociaux
3.4	Former les producteurs au pilotage économique de leur exploitation	<b>15%</b>	Rien de particulier en horticulture, même si des formations de gestion sont dispensées par ailleurs
3.5	Renforcer les liens entre producteurs et établissements de formation pour développer une main-d'oeuvre qualifiée	<b>15%</b>	Echanges entre les services de formation de la DAAF et des producteurs, mais pas d'aboutissement concret

L'axe 3 est l'axe qui a le moins avancé en 5 ans, et pourtant ces actions pourraient renforcer la rentabilité des exploitations.

Tous les sujets sont encore d'actualité et notamment la nécessité de mutualiser les achats et le manque de main d'œuvre qualifiée.



	<b>AXE 4 : VALORISER LA FLORE INDIGENE ET DIVERSIFIER LES USAGES DU VEGETAL</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
4.1	Mettre les producteurs locaux en capacité de saisir les opportunités du développement de la demande pour les plantes indigènes	<b>70%</b>	Beaucoup de réunions, marchés publics en plein développement, projet 1 million d'arbres mais actions limitées par la faible disponibilité en semences
4.2	Mettre les producteurs locaux en capacité de saisir les opportunités du développement de la demande pour les PAPAM	<b>40%</b>	Feuille de route PAPAM du Département initiée en 2020, mais manque encore de semences
4.3	Promouvoir les bienfaits du végétal dans la ville et les solutions végétales de phyto-remédiation	<b>0%</b>	Non effectué, même si le projet de QUALITROPIC « le végétal dans la ville » vient d'être lancé
4.4	Participer à des actions de promotion du végétal dans les écoles, les collectivités,...	<b>0%</b>	Non effectué
4.5	Développer les végétaux pouvant servir d'autres usages : artisanat, usages industriels (autres que PAPAM et indigènes)	<b>0%</b>	Non effectué même si le projet de plantes tinctoriales en partenariat avec l'Université et le FEDER vient d'être lancé

Les opportunités de développement dans le secteur des plantes indigènes sont encore plus importantes qu'en 2016.

La diversification des usages du végétal n'a pas réellement démarrée.



	<b>AXE 5 : STRUCTURER L'ORGANISATION COLLECTIVE</b>	<b>% atteint</b>	<b>Commentaires</b>
5.1	Asseoir la représentativité de l'UHPR en intégrant toutes les composantes de la production horticole réunionnaise	<b>50%</b>	L'UHPR n'intègre pas encore assez de producteurs de fleurs coupées
5.2	Créer un observatoire de la production régionale	<b>0%</b>	Non effectué
5.3	Renforcer la concertation interprofessionnelle	<b>50%</b>	Echanges avec UNEP, CPMA, Fleuristes, jardineries
5.4	Renforcer la représentation et défendre les intérêts de la production horticole auprès des instances publiques et des milieux économiques	<b>90%</b>	Reconnaissance et légitimité obtenues depuis 2016
5.5	Etudier les mesures de protection à l'import pour protéger la production locale	<b>60%</b>	Octroi de mer modifié mais peu de levier d'action

L'axe 5 a bien avancé en 5 ans.

Mais force est de constater que les producteurs de fleurs coupées n'ont pas encore intégré l'UHPR et qu'aucune interprofession n'est encore formalisée.





## Pourcentage d'avancement des axes

<b>AXE 1 : RENFORCER LA POSITION DE LA PRODUCTION LOCALE SUR SON MARCHÉ</b>	<b>33%</b>
<b>AXE 2 : OPTIMISER LA PERFORMANCE TECHNIQUE DES SYSTEMES DE PRODUCTION</b>	<b>57%</b>
<b>AXE 3 : RENFORCER LA COMPETITIVITE DES EXPLOITATIONS</b>	<b>12%</b>
<b>AXE 4 : VALORISER LA FLORE INDIGENE ET DIVERSIFIER LES USAGES DU VEGETAL</b>	<b>22%</b>
<b>AXE 5 : STRUCTURER L'ORGANISATION COLLECTIVE</b>	<b>50%</b>

Cette synthèse par axe montre que certains axes ont mieux avancé que d'autres en 5 ans. Le nombre trop important d'actions (34) n'a pas permis d'avancer sur tous les projets en même temps.



## Pourcentage d'avancement des actions prioritaires

<b>Actions Prioritaires 1</b>	<b>44%</b>
<b>Actions Prioritaires 2</b>	<b>30%</b>
<b>Actions Prioritaires 3</b>	<b>19%</b>

Cette synthèse par priorité montre que les actions prioritaires 1 définies dans l'audit 2016 ont nettement mieux avancé que les actions de priorité 2 et encore mieux que les actions de priorité 3.

Les priorités ont donc bien été identifiées en 2016 et bien été respectées au cours de ces 5 dernières années.



19 octobre 2021 et 8 février 2022

## ATELIERS PRODUCTEURS

Atouts, Faiblesses,  
Opportunités, Menaces

Etude financée par :



19









- 57 producteurs ont été invités le 19 octobre 2021, UHPR comme indépendants, en concertation avec la Chambre d'agriculture, mais seulement 6 producteurs se sont rendus disponibles (voir listes en annexe)
- 6 autres producteurs du Groupement Fleurs de Salazie ont été rencontrés le 8 février 2022 (voir liste en annexe)
- L'objectif des ateliers était de :
  - **fédérer les producteurs** autour de valeurs et d'objectifs d'intérêt général
  - définir le plus petit dénominateur commun entre producteurs de fleurs coupées et producteurs de plantes en pot
  - **valider les forces, faiblesses, opportunités et menaces** de la filière horticole réunionnaise
  - récolter les premières recommandations





	Négatif	Positif
Présent	Faiblesses	Atouts
Futur	Menaces	Opportunités

Nous avons réalisé un **diagnostic de la filière horticole de La Réunion** à partir d'une matrice Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces.

Ce travail est basé sur un état des lieux de la filière, en termes de production, de marchés et de positionnement concurrentiel. Il s'est appuyé sur des **données factuelles**, mais aussi sur l'**interview** d'un certain nombre d'acteurs de l'amont et l'aval.

Ce diagnostic doit permettre aux partenaires de prendre les bonnes décisions d'orientation au service de l'intérêt général de la filière horticole réunionnaise.



## ATOUTS

- Gamme végétale originale et très diversifiée
- Savoir-faire végétal et technicité des professionnels Réunionnais
- Organisation de la filière locale autour de l'UHPR permettant de négocier avec force avec les pouvoirs publics et les financeurs
- Structures d'expérimentation et d'accompagnement technique en place : ARMEFLHOR, Chambre d'Agriculture, FDGDON Coccinelle, CIRAD
- Démarches qualité PLANT PEI origine Réunion et HQE déjà existantes via IQUAE
- Label GIEE obtenu et technicien Protection Biologique Intégrée financé

## FAIBLESSES

- Délais du fret import allongés et coûts d'importation élevés
- Contraintes fortes des GMS : dépôt vente, délais de règlement, politique de prix
- Accès difficile aux emplacements des marchés forains et des manifestations florales
- Faible capacité financière, rentabilité fragile des exploitations
- Cloisonnement entre les producteurs de fleurs coupées et les producteurs de plantes en pot : peu de coopérations et d'actions collectives
- Services commerciaux à améliorer
- Pas de catalogue de la production locale

## OPPORTUNITES

- Consommateurs réunionnais attirés vers les fleurs et les plantes
- Tradition de fleurissement des cimetières et des cérémonies religieuses
- L'offre réunionnaise est compatible avec les attentes du marché (tendances et enquêtes)
- Bonnes perspectives sur les marchés du paysage et de l'aménagement urbain
- Crise COVID favorise l'achat de produits locaux car plantes importées plus chères
- Grande mode du jardinage
- Dispositifs d'accompagnement financier et de défiscalisation pour les entreprises

## MENACES

- Crise du transport mondial pour la logistique d'approvisionnement
- Risques climatiques qui affectent la production : cyclones, vent, fortes pluies en été et sécheresse en hiver
- Pression parasitaire élevée et risques sanitaires
- Difficulté d'accès à la main d'œuvre qualifiée (expertise, motivation, coût malgré les aides)
- Concurrence déloyale du commerce informel
- Concurrence importante des produits importés, des activités horticoles des collectivités locales et des associations para publiques



Les principaux constats notés par l'atelier ont été :

- La **marque collective Plant péi** continue de convaincre de plus en plus d'adhérents, avec de nouveaux candidats, portant à 18 le nombre total d'horticulteurs adhérents
- Les 6 premiers mois d'activité du **technicien PBI** de l'UHPR dans le cadre du **GIEE** sont un véritable succès technique, tant sur le plan des résultats sanitaires que sur le nombre d'adhésions au GIEE (déjà 7 horticulteurs)
- Le **potentiel export** des plantes indigènes et patrimoniales de La Réunion (révélé lors de l'étude Export 2021 financée par l'ODEADOM en annexe), doit être mis en œuvre concrètement dans les années à venir
- Une **interprofession de la filière horticole** doit être envisagée pour structurer les relations amont - aval
- Les **salons et manifestations florales** doivent être relancés après la crise du Covid

Les premières recommandations demandées par l'atelier ont été :

## Mieux produire :

- En formant mieux plus d'ouvriers
- En généralisant les techniques respectueuses de l'environnement (dont PBI)
- En modernisant et mécanisant les exploitations
- En développant l'encadrement des structures agricoles
- En intégrant les risques climatiques et sanitaires

## Mieux se structurer :

- En mutualisant les achats
- En se parlant plus
- En jouant le jeu collectif
- En coordonnant les rôles des structures agricoles

## Mieux vendre :

- En professionnalisant les services commerciaux pour la distribution
- En conquérant des marchés de niche export grâce aux indigènes
- En partageant un catalogue commercial de l'offre locale
- En ouvrant le label Plant Péi aux fleurs coupées pour les fleuristes
- En mettant en place des contrats de culture
- En communiquant plus avec les clients



9 novembre 2021

3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

Atelier de concertation entre  
représentants de l'UHPR, de la  
CHAMBRE D'AGRICULTURE et  
de l'ARMEFLHOR

Etude financée par :



27



- L'objectif était de définir les **rôles souhaités** pour chaque structure au service du développement de l'horticulture et d'émettre des **recommandations** de coordination des actions d'encadrement des horticulteurs à l'horizon 2027
- Idéalement cet atelier de travail devait :
  - confirmer des **principes de complémentarité** entre les 3 structures au service des horticulteurs
  - définir une **coordination** pour les sujets en chevauchement apparent
  - poser les bases d'un **partenariat de confiance** sur la période 2022-2027





ARMEFLHOR	CHAMBRE AGRICULTURE	UHPR
<p><b>Jacques Fillatre</b> : responsable horticulture</p> <p><b>Isabelle Cabeu</b> : technicienne expérimentation</p> <p><b>Guillaume Parassouramin</b> (%) et son service PAPAM</p> <p><b>Ignace Hoareau</b> (%) et son service arboriculture fruitière</p> <p><b>Steven Payet</b> (%) : plants maraichers</p> <p><b>Charlotte Suel</b> (%) : communication</p>	<p><b>Eric Vitry</b> : technicien horticole</p> <p><b>Eric Lucas</b> (%) et son équipe diversification végétale</p> <p><b>Gilbert Rosselin</b> (%)</p> <p><b>Renaud Bonin</b> (%)</p> <p><b>Johny Apaya</b> (%)</p>	<p><b>Patricia Ah Hoi</b> (salariée Chambre d'agriculture, financée par le FEADER, mise à disposition à l'UHPR)</p> <p><b>Tim Dupin</b> : technicien PBI du GIEE</p>

Sans oublier  
+ FDGDON  
**Claire Clain**  
+ Coccinelle  
**Mathieu Duvignau**

Groupe  
technique  
horticole

Commission horticole tous les  
semestres à mettre en place





# LES ROLES POUR REpondre AUX BESOINS DES HORTICULTEURS

ARMEFLHOR	CHAMBRE AGRICULTURE	UHPR et Groupements fleurs coupées	Producteurs individuels
<p>Innovations, expérimentations, RITA horticole</p> <p>Connaissances et référentiels techniques</p> <p>Transfert vers les techniciens et les formateurs</p> <p>Relais local du réseau ACTA dont ASTREDHOR</p>	<p>Conseils techniques aux producteurs : Itinéraires techniques, phytosanitaire, variétés, risques climatiques et sanitaires</p> <p>Conseils juridiques et administratifs</p> <p>Soutien politique pour lobbying</p>	<p>Défense des intérêts des producteurs, représentation des professionnels</p> <p>Encadrement technique PBI GIEE et roses anciennes</p> <p>Mises en relation au sein de la filière économique, négos mutualisées</p> <p>Promotion des fleurs et plantes péi, com et info, démarche qualité</p>	<p>Commercialisation, services marchands</p> <p>Regroupements économiques : cash and carry, ou approvisionnements en commun</p>



# LES CHEVAUCEMENTS APPARENTS

ARMEFLHOR	CHAMBRE AGRICULTURE	UHPR et Groupements fleurs coupées	Producteurs individuels
	Formations ?		
		Recommandation d'adhésion ?	
	Veille tendances ?		Groupements fleurs coupées ?
	Portage salarial GIEE PBI ?		
	Manifestations florales ?		
	Catalogue de la production ? À mettre à jour régulièrement		
		Négos achats mutualisés ?	



- L'atelier de travail du 9 novembre 2021 a permis d'aborder les sujets en chevauchement entre les acteurs de la filière :
  - Les **formations** doivent être organisées en bonne collaboration pour bénéficier des expertises de chacun et de l'ingénierie de formation de la Chambre d'agriculture
  - La coopération réussie entre la Chambre d'agriculture et l'UHPR doit continuer sur les **manifestations florales**. Un grand salon du végétal en avril ou en juillet / aout pourrait être co-organisé en partenariat.
  - Une concertation plus étroite doit être mise en place entre la Chambre d'agriculture et l'UHPR pour mettre en place un **catalogue de la production locale** et un outil de veille des tendances du marché.
  - La légitimité de l'UHPR à porter le poste de **l'animateur PBI du GIEE** est confirmée par la spécialisation de ce conseil technique, qui n'existe pas dans les autres structures
  - La Chambre d'agriculture a vocation à apporter son **soutien politique** à l'UHPR et à encourager tous les producteurs à adhérer à l'association car « **l'union fait la force** ». Et l'UHPR doit convaincre les producteurs de fleurs coupées de leur intérêt économique d'adhérer et de se fédérer avec l'UHPR.



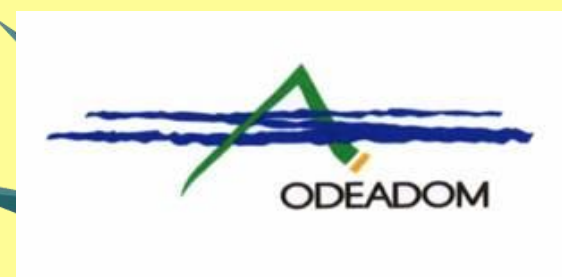
- Une très forte **accélération de la demande de végétaux indigènes** est constatée et répond à des attentes larges :
  - L'urbanisation des zones de moyennes altitudes (rareté du foncier des bas)
  - L'attrait important pour les plantes médicinales
  - Les transformations profondes de l'agriculture dans le domaine de l'agroécologie (systèmes agroforestiers, apiculture, ombrage et bocage pour l'élevage, protection biologique intégrée pour le maraichage et l'arboriculture)
  - Les fortes ambitions des politiques publiques environnementales
  - L'exportation potentielle de végétaux indigènes sur le marché européen
- La coordination des actions de l'UHPR et de l'Armeflhor pourrait aboutir à :
  - **Assurer les collectes semencières du secteur marchand horticole**, de façon autonome par rapport aux collectes semencières liées aux projets de restauration environnementale
  - Obtenir plus de **références technico-économiques** pour la production d'indigènes, grâce à l'expérimentation et au transfert aux producteurs
  - **Renforcer les moyens** de l'équipe salariée du pôle horticole de l'Armeflhor avec un technicien et un ouvrier spécialisés, dédiés à la collecte et la diffusion de semences indigènes et de connaissances techniques
  - Bien **contrôler** ces actions au travers d'un comité technique animé par l'UHPR



3A CONSEIL  
Septembre  
2021 à  
février 2022

# Etude du marché et des attentes consommateurs

Etude financée par :



Cette étude du **marché et des attentes des consommateurs** a été réalisée par le bureau d'étude 3A Conseil sur la base de 3 objectifs définis par le COPIL

Cette présentation, fait partie intégrante de l'objectif 1. Elle est le résultat de l'enquête consommateurs.

Cette **enquête quantitative et qualitative** a été réalisée via le web pendant le mois de Novembre 2021 à La Réunion.

*Toutes les données concernant les consommateurs en France Métropolitaine sont issues de l'étude Kantar « Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2019 » financée par Val'Hor et France AgriMer.*

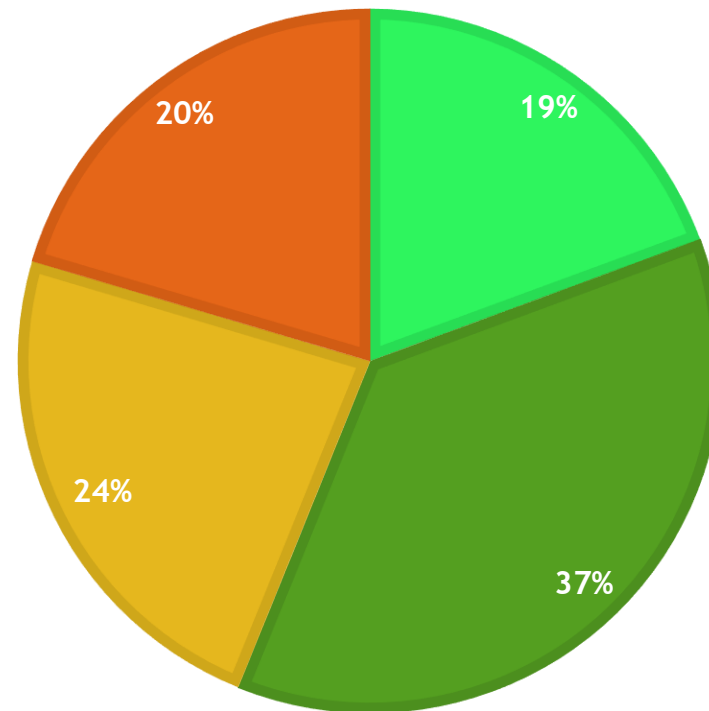


98 fleuristes référencés sur Pages Jaunes à La Réunion (novembre 2021)

65 fleuristes référencés sur le réseau social Facebook (novembre 2021)

Dispatch géographique des fleuristes recensés sur Pages Jaunes:

■ NORD ■ SUD ■ EST ■ OUEST



36

## Producteurs

UHPR

Pépinieristes

Centres de  
production  
municipaux /  
associations

Fleurs coupées

Fleurettes

Plantes en pot

Fleurs en pot

Arbres et arbustes

## Jardineries

Gamm Vert

Hyper  
Jardin

Fermes &  
Jardins

Jardineries  
liées aux  
producteurs

## Fleuristes

( ≈ 100 fleuristes - estimation Pages Jaunes)

Zone jardinerie en  
hypermarchés /  
supermarchés

Foires

Marchés

Sociétés de service de  
transmission florale  
(Interflora, Florajet, l'Agitateur  
Floral...)



L'étude des consommateurs a été menée sur la base d'un échantillon de **53 répondants** de plus de 18 ans.

*Le niveau de confiance est de 85 % et nous considérons qu'il existe une marge d'erreur de 10% selon l'outil CheckMarket by Medallia.*



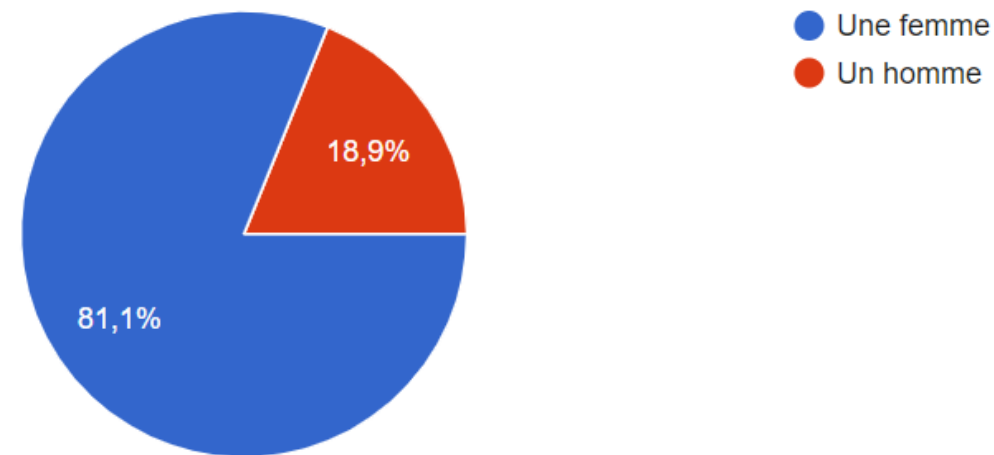
En observant les données brutes de l'étude consommateurs, sans aucune analyse croisée, une première tendance semble se dégager :

**Les femmes semblent porter un plus grand intérêt pour les plantes et fleurs. Elles étaient plus enclines à participer spontanément à l'étude.**

Une tendance confirmée par l'étude Kantar de 2019 portant sur la consommation de végétaux en France métropolitaine. **Le profil des individus acheteurs de végétaux est surtout féminin.**

Êtes-vous ?

53 réponses

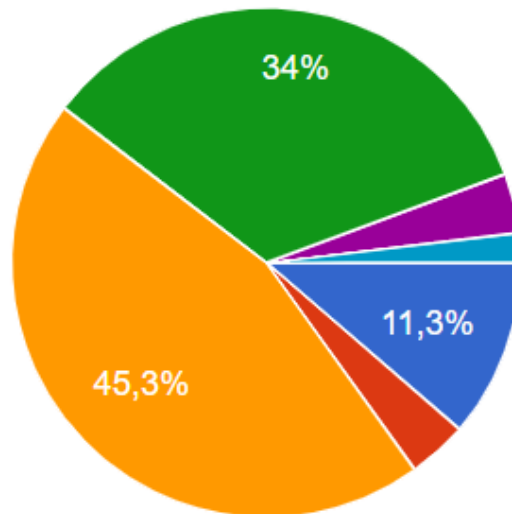


39

Les employés et les cadres étaient plus disposés à répondre à l'enquête, suivis de loin par les retraités. Mais **nous n'avons pas noté une incidence de la catégorie socio-professionnelle sur le comportement d'achat.**

Vous êtes...

53 réponses

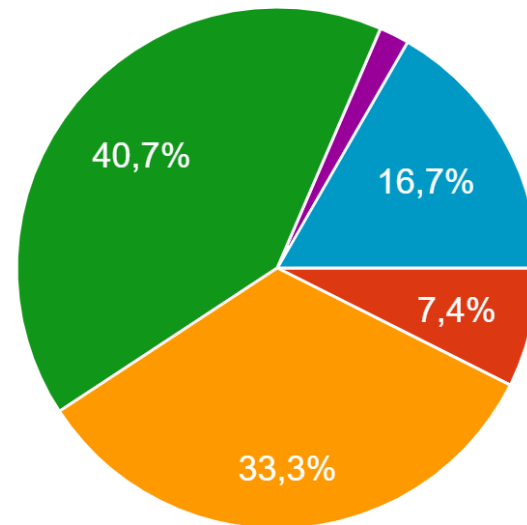


- Sans emploi
- Étudiant
- Employé
- Cadre
- Chef d'entreprise
- Retraité



Le foyer de la majorité des répondants est constitué de **couples**.

Vous vivez...  
54 réponses



- Seul(e), avec enfant(s)
- En couple, sans enfant
- En couple, avec enfant(s)
- Chez vos parents / la famille
- Seul(e), sans enfant



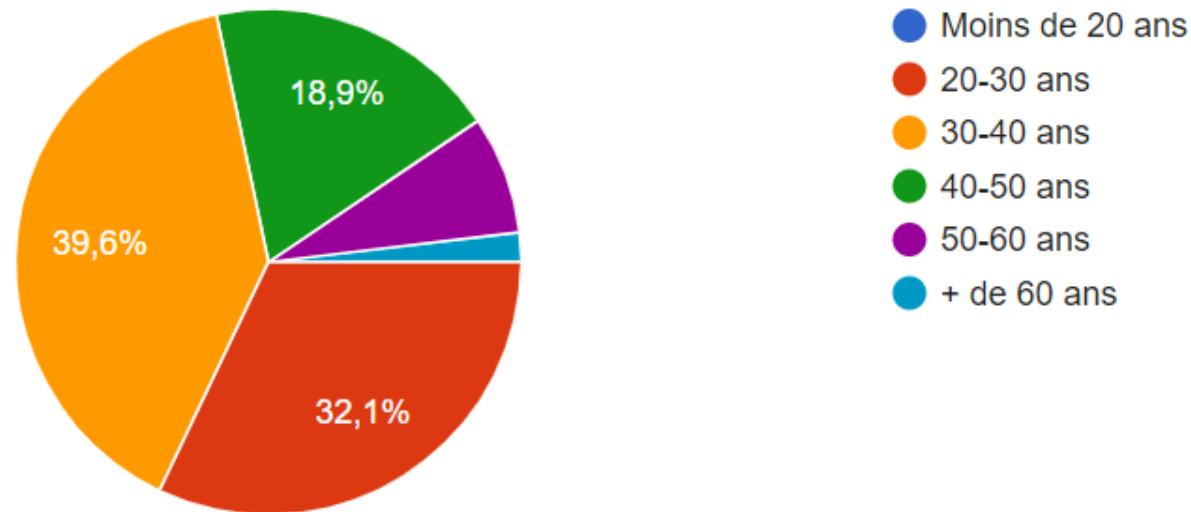


# TRANCHE D'ÂGE DES RÉPONDANTS

Les 2 tranches d'âge davantage intéressées par cette enquête étaient les **30-40 ans** et les **20-30 ans**, suivis par les 40-50 ans.

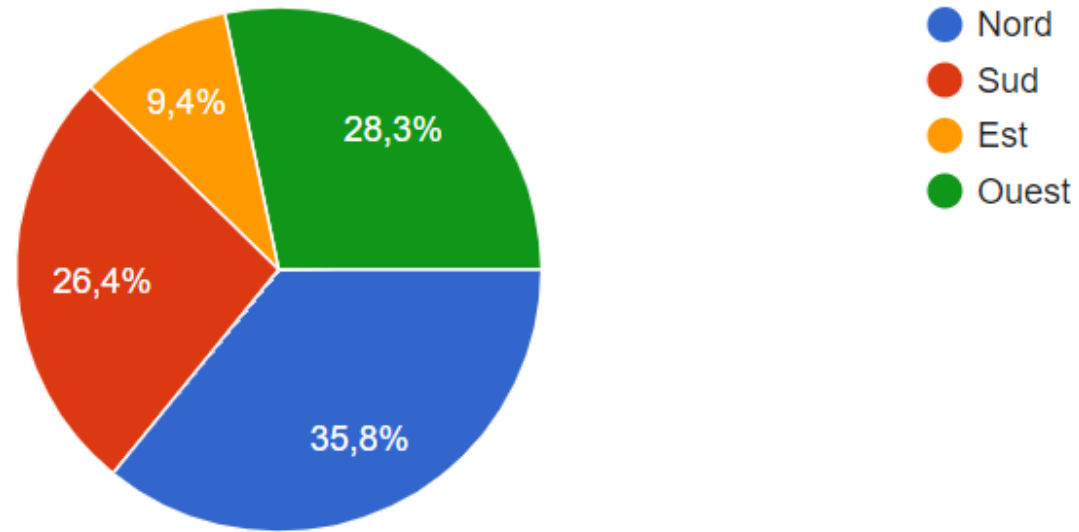
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

53 réponses



Où vous situez-vous à La Réunion ?

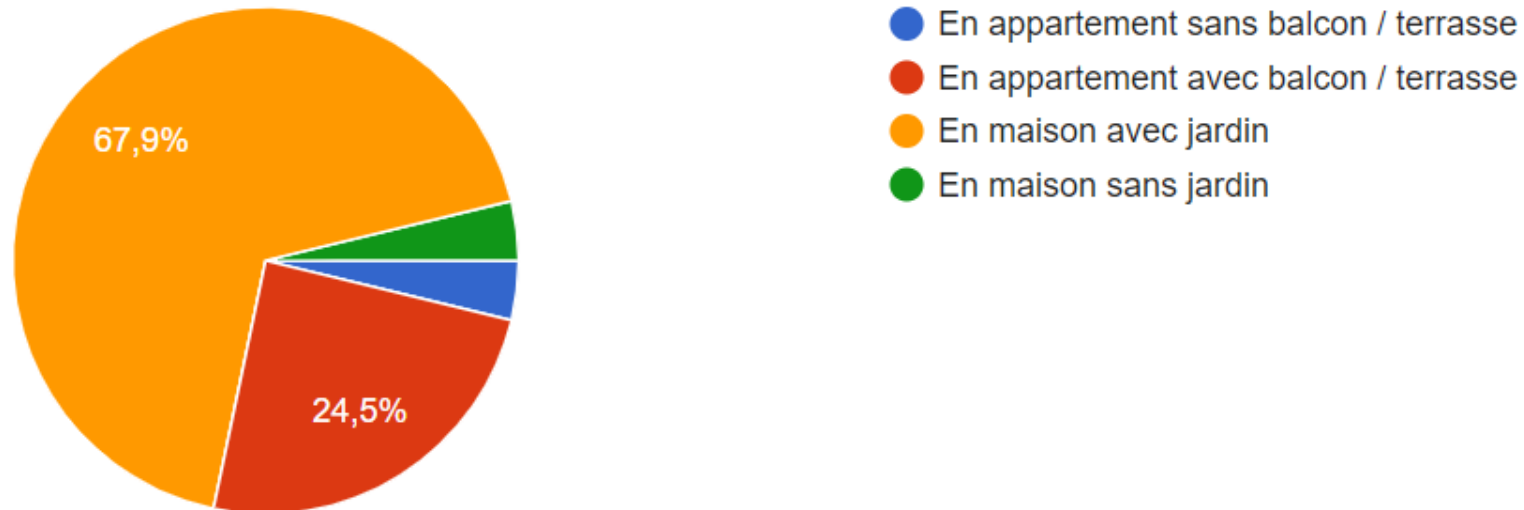
53 réponses



L'étude a majoritairement intéressé les **réunionnais résidant en maison avec jardin**. La part des répondants disposant d'un espace extérieur s'élève à **92,4 %**. Les individus possédant un espace extérieur sont donc des acheteurs à ne pas négliger.

Où vivez-vous ?

53 réponses

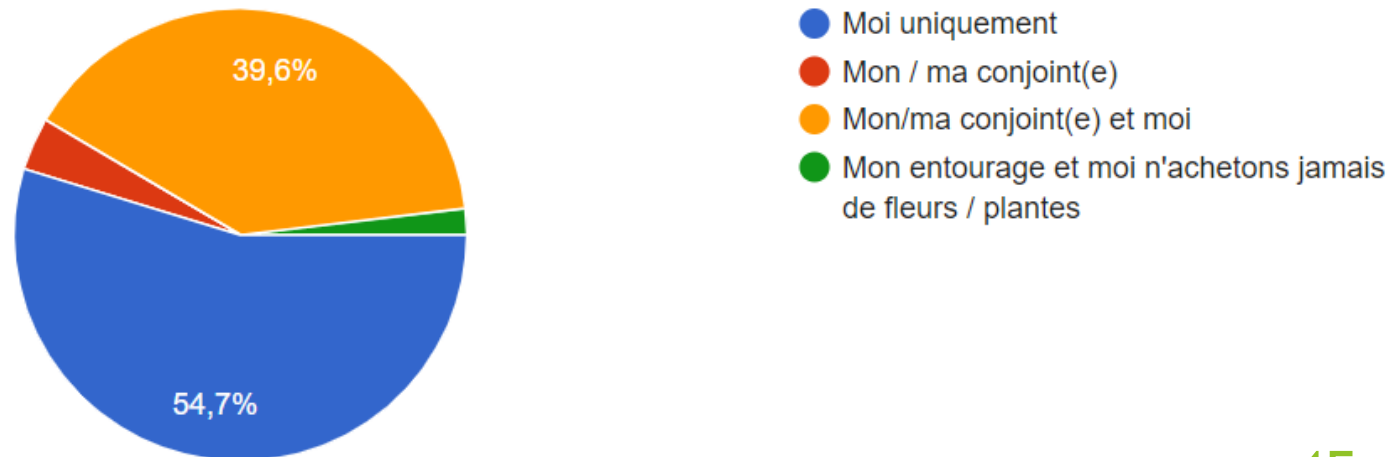


Presque l'ensemble des répondants achètent des plantes / fleurs fraîches à La Réunion. **La plupart s'occupe seul de ces achats.**

Toutefois, bien que le profil de l'acheteur de végétaux soit plus féminin, **la part des répondants à notre enquête qui s'occupent de ce type d'achat en couple est tout de même non négligeable.** L'achat de végétaux est aussi une activité de couple pour presque 39 % des répondants.

Qui achète les plantes / fleurs fraîches au sein de votre foyer ?

53 réponses



A ceux qui ont répondu ne jamais acheter de fleurs / plantes (2 réponses), nous leur avons posé 4 questions :

Pour quelles raisons n'achetez-vous pas de plantes / fleurs fraîches ?

Ils n'ont pas le temps / envie de s'occuper de plantes / fleurs

Qu'est-ce qui vous motiverait à en acheter ?

Plus de temps et de conseils sur l'entretien des plantes / fleurs

Si vous deviez nécessairement acheter des plantes / fleurs demain, vers quelle(s) solution(s) iriez-vous ?

En jardinerie (1 réponse)  
Chez un fleuriste (1 réponse)

Que pensez-vous du jardinage ?

« Bonne activité mais qui demande du temps »





Au regard de l'étude consommateurs Kantar 2019 sur les achats dans le secteur horticole, **les français ont majoritairement un rapport positif au végétal et au jardinage.**

**78 %** des français entretiennent un espace extérieur.

Pour 80 % des français ayant accès à un espace extérieur, **le jardinage est une activité agréable et délassante.** C'est une véritable bulle d'air dans le vie quotidienne.

C'est une tendance que nous retrouvons à La Réunion.



Un moment de plaisir et de détente et d'évasion

Créativité et esthétisme

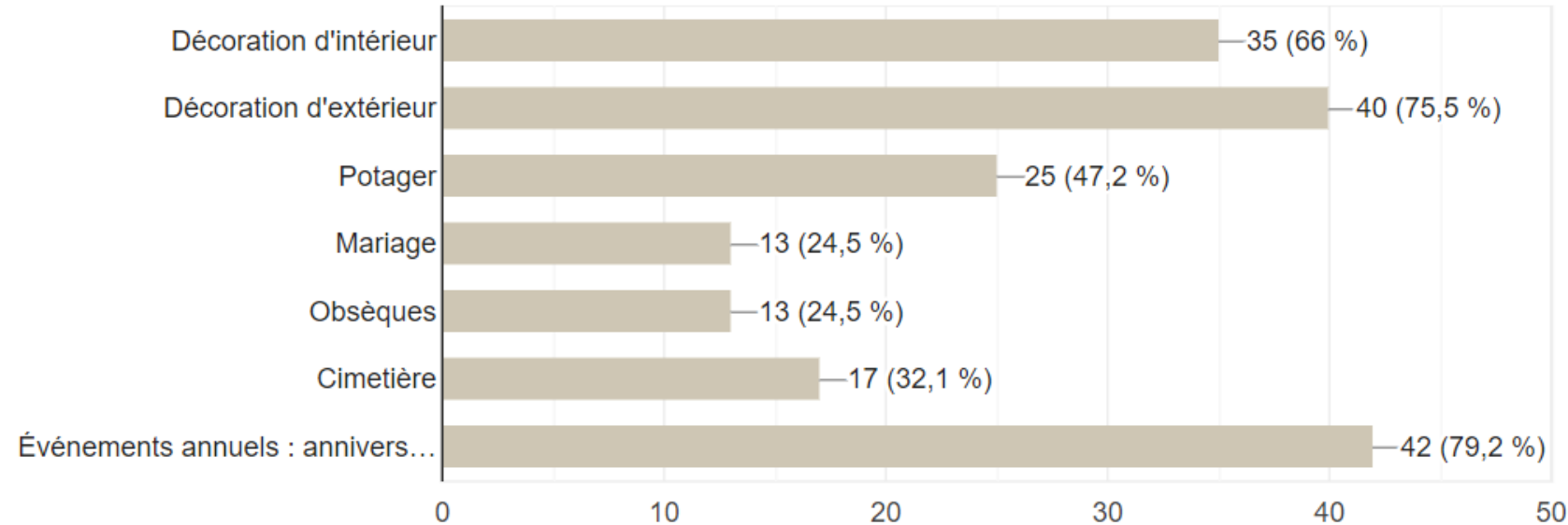
Du travail / une contrainte

\*La surface des encadrés est symboliquement proportionnelle au nombre de réponses.



Pour quelle(s) raison(s) vous ou votre conjoint(e) avez déjà acheté des plantes / fleurs fraîches ?

53 réponses



D'autres motifs d'achats ont également été mentionnés en réponse libre : le plaisir d'offrir et à l'occasion d'une invitation.

**Offrir et la décoration d'extérieur sont les premiers motifs d'achat** de végétaux, suivis de près par la décoration d'intérieur puis le potager.



Décoration d'extérieur

Décoration d'intérieur

Mariage

Événements annuels  
joyeux

Fête des  
grands  
mères

Anniversaires

Fête du  
travail

Fête des  
mères

Événements  
religieux

Invitations

Potager

Cimetières

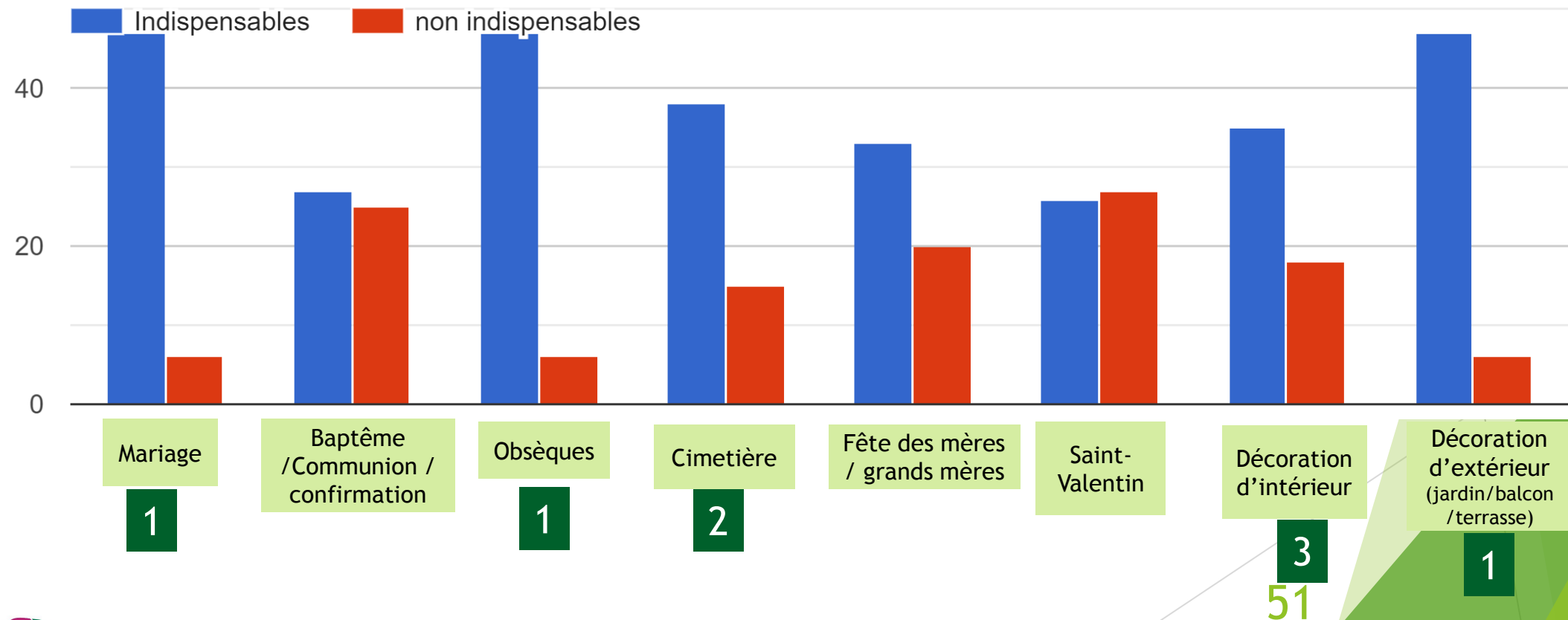
Obsèques

\*La surface des encadrés est symboliquement proportionnelle au nombre de réponses.

50

Selon vous, dans quelle(s) circonstance(s) les plantes / fleurs fraîches sont indispensables ?

Non-indispensables ?





Jardineries

Producteurs  
(pépiniéristes / horticulteurs)

Marchés forains \*

Fleuristes \*

Foires

Hypermarchés /  
supermarchés

Service de commande à distance  
(téléphone / internet)

*\* Les répondants (plutôt urbains) ont sans doute surestimé le poids des fleuristes dans les lieux d'achat, les consommateurs ruraux privilégiant sûrement les marchés forains pour leurs lieux achats*

Les résultats de l'enquête montre que **les jardineries sont en tête des circuits d'achats selon les consommateurs.**

Les fleuristes sont bien classés, en seconde position.

En France métropolitaine le classement en volume est le suivant :

1 - grande distribution; 2- jardinerie; 3 : libre service agricole; 4 : producteurs.  
Les fleuristes viennent en 6<sup>ème</sup> position après les marchés.

A noter qu'en métropole, en valeur, les fleuristes sont en première position.

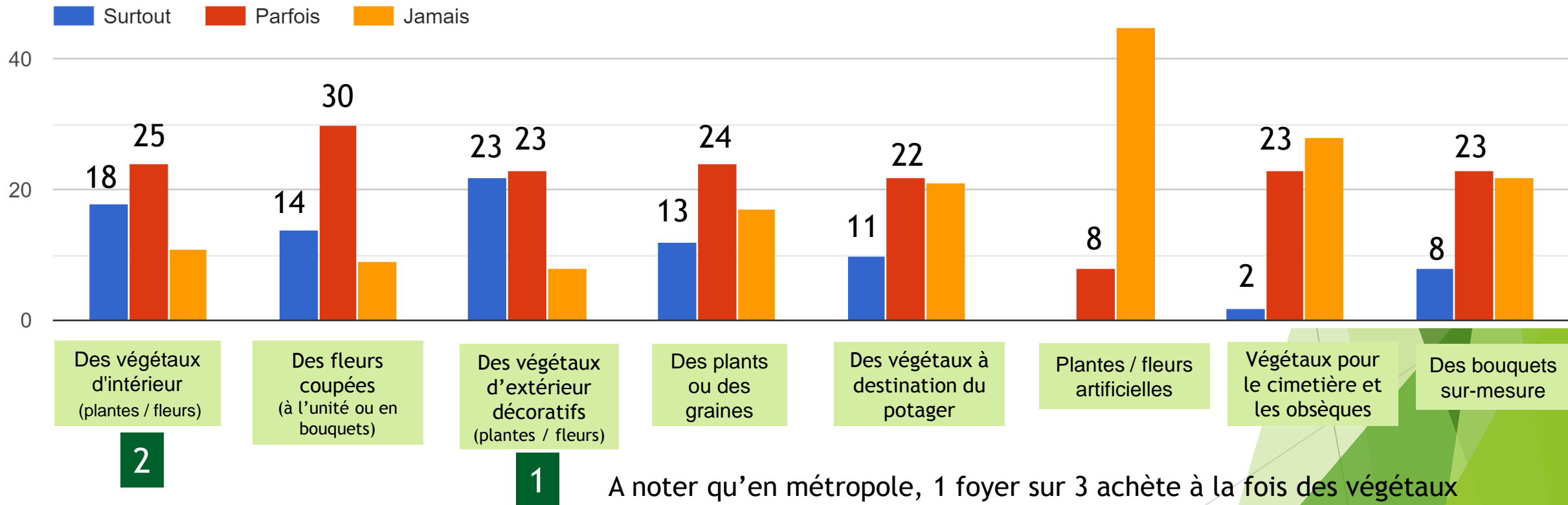
\*La surface des encadrés est symboliquement proportionnelle au nombre de réponses.

# TYPE DE PLANTES ACHETÉES

Quels types de plantes / fleurs achetez-vous ?

Les végétaux d'extérieur constituent l'essentiel des volumes d'achat selon les répondants.

Une tendance qui se retrouve sur le marché métropolitain.



A noter qu'en métropole, 1 foyer sur 3 achète à la fois des végétaux d'ornement et des végétaux à destination du potager. A La Réunion le potager se place après les végétaux ornementaux d'extérieur et intérieur.

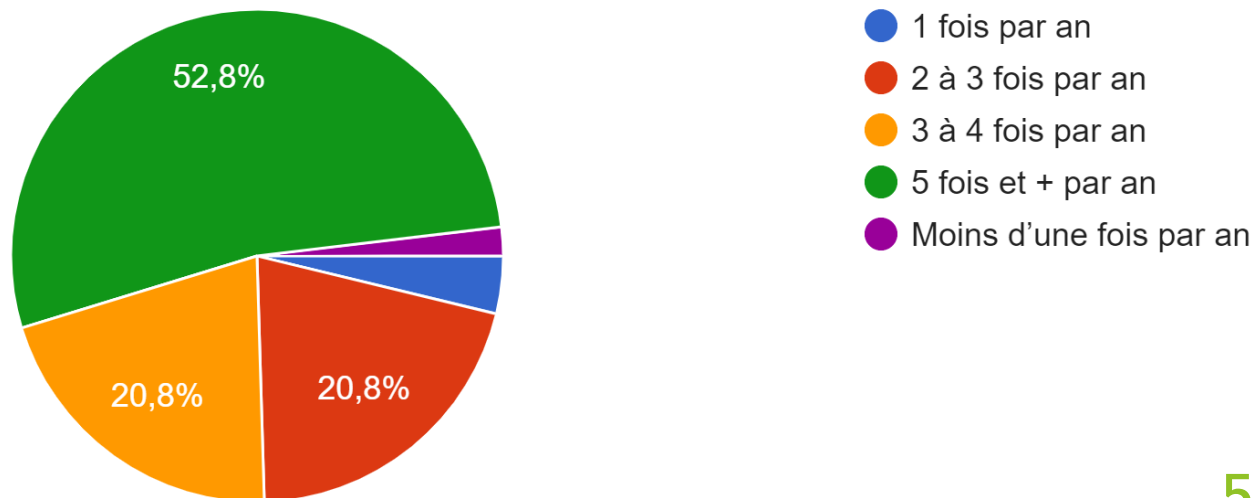
La moitié des répondants achète des plantes / fleurs **au moins 5 fois par an**.

Sur le territoire métropolitain, 76% des français ont acheté au moins 1 végétal en 2019.

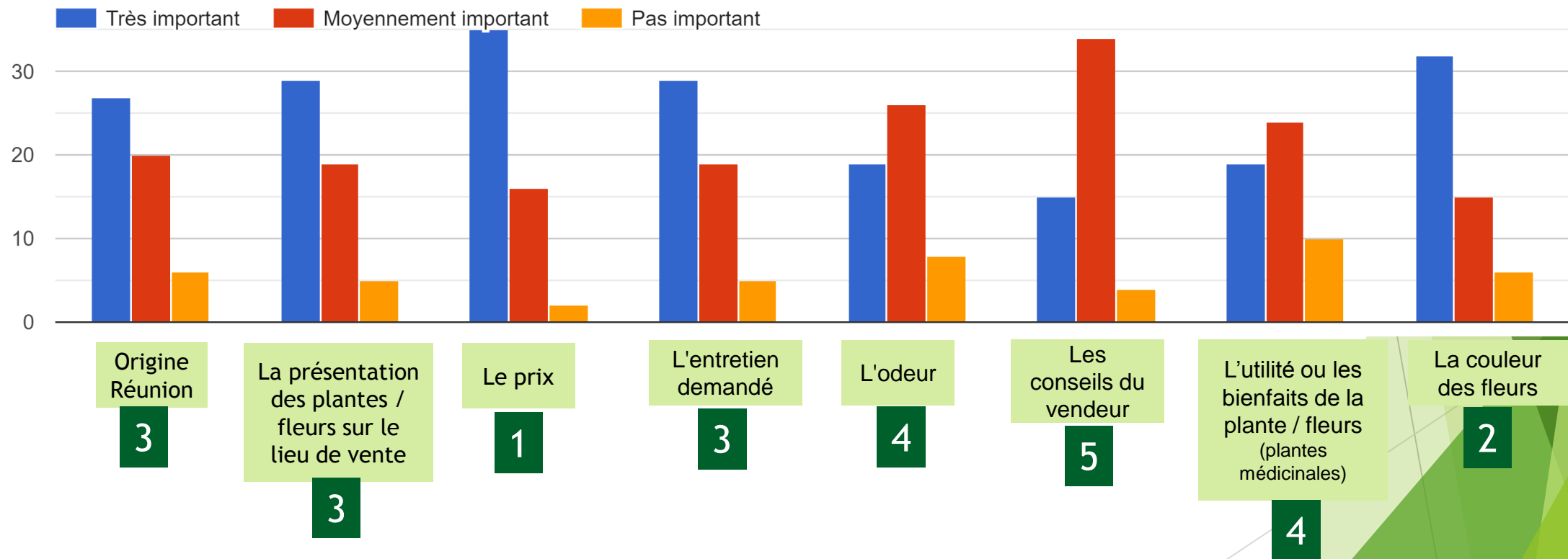
**Notre étude à La Réunion montre que 94 % des répondants achètent au minimum 2 végétaux par an.**

Combien de fois par an, achetez-vous des plantes / fleurs fraîches ?

53 réponses



En point de vente, qu'est-ce qui compte pour vous et vous motive à acheter des plantes / fleurs fraîches ?



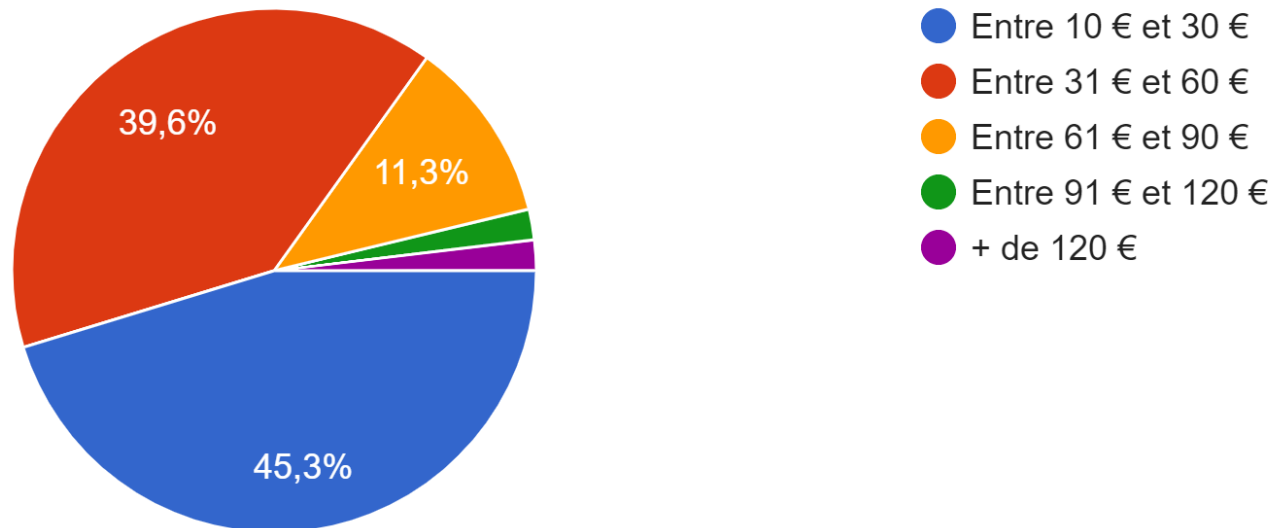
55

Les consommateurs ont un panier moyen **entre 10 € et 60 € par acte d'achat de plantes / fleurs** avec une prédominance de budget qui oscille entre 10 € et 30 €.

A noter que **57% des répondants effectuant leurs achats de végétaux en couple ont un panier plus élevé par acte d'achat** : entre 31 € et 60 € et en achètent en moyenne 2 à 3 fois par an.

Combien dépensez-vous en moyenne par acte d'achat de plantes / fleurs fraîches ?

53&nbsp;réponses



56



Les répondants ont cité plusieurs végétaux qu'ils achètent le plus souvent (*en question ouverte*) :

1. Orchidées
2. Roses
3. Plantes grasses / succulentes

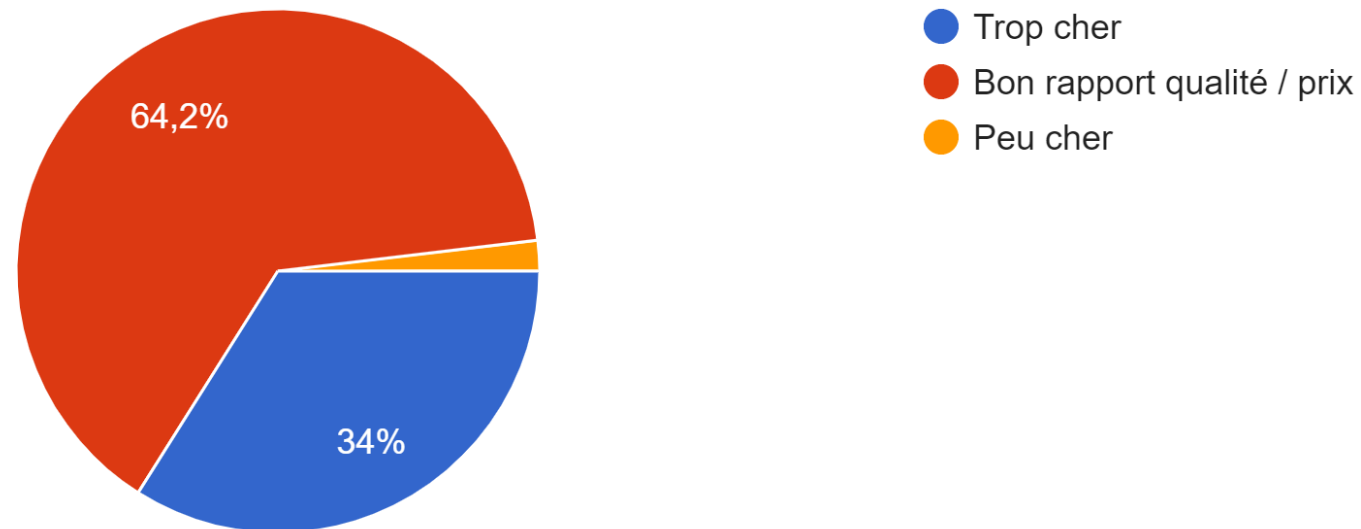
Autres : Lys, arbres et arbustes, plants pour le potager, anthurium, plantes médicinales...



2/3 des répondants trouvent le rapport qualité / prix **des plantes en pot** correct à La Réunion. Néanmoins, 1/3 des personnes interrogées mentionnent une limite de pouvoir d'achat.

Que pensez-vous du prix des plantes et fleurs en pot à La Réunion ?

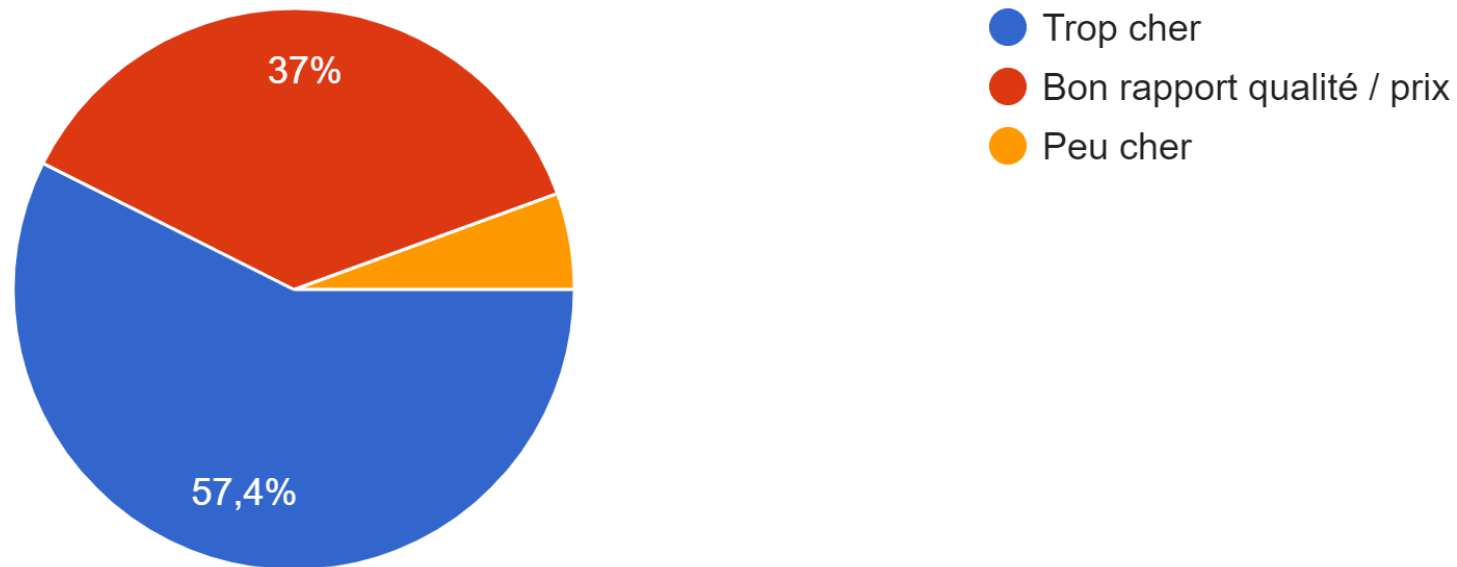
53 réponses



Bien que 1/3 des répondants trouvent le rapport qualité / prix correct concernant **les fleurs coupées** à La Réunion, la majorité d'entre eux jugent le prix trop élevé.

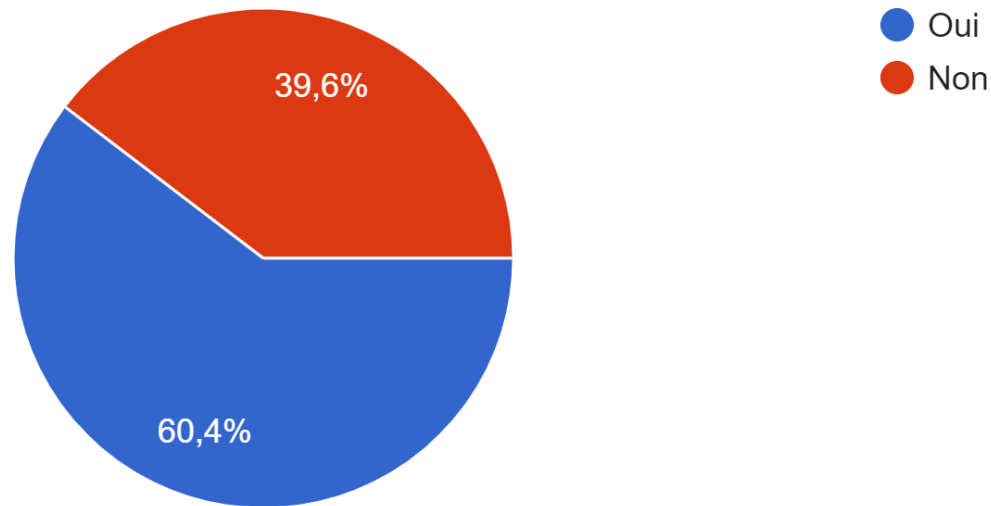
Que pensez-vous du prix des fleurs coupées et bouquets de fleurs à La Réunion ?

54 réponses



Les consommateurs sont **globalement satisfaits de la quantité de variétés proposées** à la vente à La Réunion, bien qu'il existe pour 30% d'entre eux encore un effort à fournir.

Trouvez-vous que les variétés de fleurs et plantes vendues à La Réunion sont assez nombreuses ?  
53 réponses

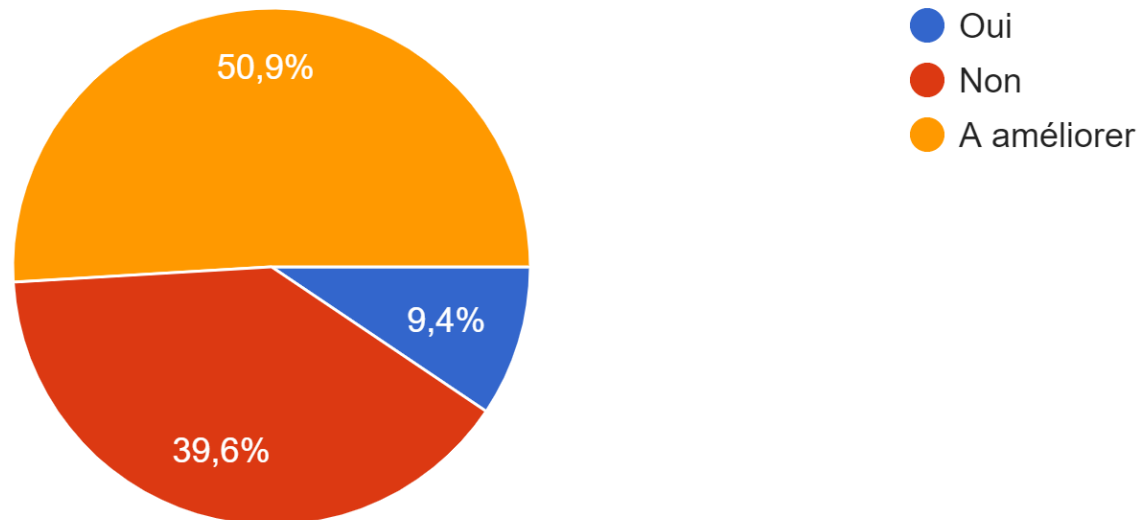


60

Les consommateurs sont majoritairement d'accord sur le fait qu'il y a encore un **manque d'informations autour des plantes et fleurs à La Réunion**.

Pensez-vous qu'il y a assez de communication / d'information autour des plantes et fleurs à La Réunion ?

53 réponses





Réponses des consommateurs à la question « Qu'est-ce qui selon vous, devrait être amélioré dans la filière des plantes / fleurs à La Réunion ? » :

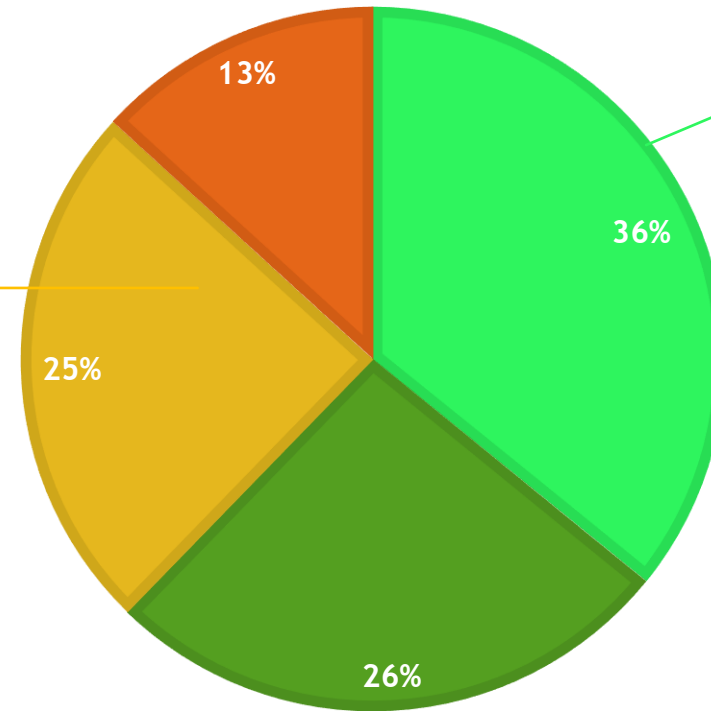
- Réduire le prix des fleurs à La Réunion
- Avoir plus de conseils d'entretien des plantes / fleurs
- Pouvoir trouver un fleuriste selon la zone géographique et les besoins
- Valoriser davantage les végétaux locaux et les producteurs locaux
- Avoir une meilleure visibilité sur les conditions de culture et la provenance des plantes et fleurs
- Mieux connaître les vertus des plantes (médicinales, écologie...)
- Arrêter de vendre des plantes invasives et communiquer sur les pestes végétales
- Proposer un calendrier pour les cultures potagères à La Réunion
- Proposer plus de services de livraison
- Opter pour des présentations modernes des bouquets en points de vente



Réponses des consommateurs à la question « diriez-vous que vous avez acheté plus ou moins de plantes et de fleurs depuis la crise covid ? » :

■ PLUS ■ IDEM ■ MOINS ■ NE SAIT PAS

Moins de budget  
Moins d'occasions pour offrir des fleurs  
Moins de magasins ouverts  
Éviter de sortir à cause de la pandémie  
Confinement



Plus de temps,  
Besoin de se détendre par le jardinage  
Besoin d'améliorer son chez-soi  
Pour le potager  
En prévision d'un autre confinement



En France métropolitaine, le profil type de l'acheteur de végétaux est féminin, Catégorie Socio Professionnelle + et senior.

A La Réunion, compte tenu de notre étude, avec une marge d'erreur de 10% et un niveau de confiance de 85% :

Le consommateur régulier qui achète plus de 5 fois par an est féminin, cadre ou employé, vit en couple, en maison avec jardin et a un budget pouvant aller jusqu'à 60€ par acte d'achat.

Le consommateur régulier achète surtout des végétaux d'ornement pour l'extérieur, puis des végétaux d'ornement pour l'intérieur et pour des occasions joyeuses et/ou commémoratives. Il achète occasionnellement des fleurs coupées.

Il apprécie le jardinage, c'est une activité qu'il trouve agréable et apaisante. Il aime offrir et acheter pour des occasions particulières.

Il s'occupe des achats de végétaux seul ou en couple. A noter que les acheteurs réguliers qui s'occupent des achats de végétaux en couple dépensent davantage (31-60 €) que ceux qui s'en occupent seul (10-30 €).



**CONSOMMER LOCAL :** A l'instar de la France métropolitaine, où l'on considère que 45% des français se tournent davantage vers les produits locaux, **les réunionnais sont attachés au « made in Réunion »**. Le profil de français portant un grand intérêt pour le « Made in France », est essentiellement jeune (25-35 ans) - *60% d'entre eux*.

**ADOPTER LA « SLOW LIFE » - « SLOW GARDEN » :** La slow life est un mode de vie où l'on prend le temps de **renouer avec la simplicité**, ralentir le rythme de vie, créer du lien social, jardiner, donner du temps aux autres, protéger la nature.

Le « slow garden » est un concept qui s'ancre dans cette tendance slow life et dans le « do-it-yourself » car le jardinier amateur prend le temps de choisir ses plantes, faire son potager, en respectant les saisons, en évitant les pestes végétales, en choisissant de **privilégier l'écologie**. **Au regard des commentaires de cette étude, c'est un concept qui est déjà arrivé chez nous et se développe chez les millenials (18-35 ans) souhaitant se reconnecter à la nature.**



**MEXICAN GARDEN :** La tendance mexican garden est bel est bien arrivée à La Réunion. Les succulentes, cactus, broméliacées font partie des plantes préférées des répondants de notre enquête.

**JUNGLE URBAINE :** La tendance jungle urbaine privilégie les plantes pour la décoration d'intérieur : plantes vertes, orchidées, broméliacées. A noter que l'on observe également la montée en puissance de la tendance plantes du monde, plantes et arbres exotiques : bananiers, palmiers, agrumes...

**PATIO DESIGN:** La tendance patio design est très répandue en France Métropolitaine, dans les grandes villes notamment où les espaces extérieurs sont limités. Il s'agit de privilégier des plantes pour le balcon, terrasses et vérandas : des agrumes en pot, des plantes méditerranéennes.





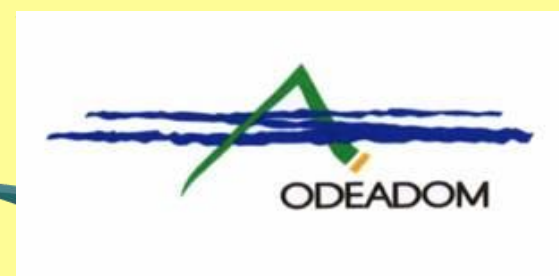


3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

7 décembre 2021

## ATELIER FLEURISTES

Etude financée par :



# LES PHOTOS DE L'ATELIER



- 15 participants, dont :
  - 7 fleuristes
  - 3 horticulteurs
- Voir fiche de présence et coordonnées en annexe

En présence de la  
Chambre d'agriculture,  
de la Chambre des  
métiers et de l'artisanat  
et de la CPME





- Les **attentes** des fleuristes ont été listées
- Les producteurs de fleurs se sont exprimés sur ces **besoins**
- Une première proposition de **fiche action** (en annexe) pour développer les relations commerciales entre producteurs et fleuristes a été rédigée

TOUR DE TABLE		
ATTENTES	FACILITÉS	DIFFICULTÉS
<p>Ecouter Echanger Se fournir en qualité Variétés originales Service de livraison prix raisonnables Structuration offre commerciale développer conditionnement moderne de qualité chariots avec sac en filet Marché de gros aux fleurs disposer d'un catalogue = avec prix, disponibilité, lieu segmentation haut de gamme réservant fleuristes</p>	<p>Certains producteurs livrent aux mélanges demande fleurs pé en augmentation projet local collectif St André avec exposition plateforme ITHAQUE</p>	<p>Fleurs importées Approvisionnement péci Pas de livraison coûts logistiques expertise du transport manque produits phytosanitaire chaleur et humidité TRIPS = contraintes à la production manque de diversité fleurs manque de communication concurrence de l'étranger manque liste fleuristes</p>

OBJECTIFS	DESCRIPTIF DE L'ACTION
<p>Développer les relations commerciales entre fleuristes et producteurs Assurer un approvisionnement régulier et de qualité (Demande de fleurs péci en augmentation)</p>	<p>* Suivre les tendances du marché * diversifier l'offre des variétés originales et adaptées au territoire * Segmenter la production selon le niveau de qualité en fonction du circuit de distribution (bigardie/Fleuristes)</p>
PARTENAIRES INTERVENANTS	
<p>CMA Chambre agri UHPR ARMEFHLOR ITHAQUE Syndicat fleuriste SPAFIR</p>	<p>* Structurer l'offre commerciale feuillage * Encourager la mise en place d'une plateforme de vente au niveau des horticulteurs et de producteurs de gros * Partager des listes de producteurs et fleuristes de façon institutionnelle * Nommer un référent fleuriste à la CMA correspondant pour l'agriculture * Encourager les producteurs à structurer un service de livraison avec conditionnements modernes</p>
MOYENS MIS EN ŒUVRE	
<p>DAAF - Département - Région France Agri. mer FEDER (Communes)</p>	<p>* Mettre en place un catalogue de la production locale, essentiellement via la plateforme ITHAQUE * Relayer la communication sur la chaîne de qualité Plant'péci</p>
RÉSULTATS ATTENDUS	
<p>Diminution des importations Approvisionnement en hausse</p>	



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# INTERVIEWS JARDINERIES ET GMS

Etude financée par :



Cette enquête a été réalisée par des **interviews des responsables d'achat** de ces points de vente pendant le mois de décembre 2021 à La Réunion.  
 Cette étude a été menée sur la base d'un échantillon de **6 répondants** :

Structure	Contact	Rôle dans la structure
Jardineries Fermes et Jardins	Nicolas KLEIN	Acheteur végétaux et producteur EXOFLORE
Jardinerie du Théâtre	Franck FOURTET	Directeur des achats - jardinerie
Coopérative des Avirons	Benoit TROJNAR	Acheteur Coop Avirons
CANE	Pierre Yves JAFFRES	Acheteur végétaux
Leclerc Distribution	Laurent HOARAU	Acheteur frais FL
CARREFOUR	Dominique LECA	Acheteur frais FL





## Approche individuelle - Mr KLEIN - FERMES ET JARDINS

Mr KLEIN nous a confirmé l'absence des fleurs coupées dans leurs rayons et son souhait de limiter les potées fleuries. Il privilégie la vente de semences de fleurs. Il constate que **l'offre pour les professionnels n'est pas réellement présente.**

### Ses attentes

- Des produits normés, étiquetés, avec une bonne présentation
- Un catalogue de produits référencés et accessible en ligne, si possible

### Ses freins

- Une durée de vie trop courte des produits qui a un impact direct sur la présentation du produit
- Pas d'offre professionnel de dépôt/vente sur ces produits
- Risque de perte trop important



## Approche individuelle - Mr TROJNAR - COOP AVIRONS / GAMM VERT

Mr TROJNAR nous a confirmé l'absence des fleurs coupées et la présence des potées fleuries dans leurs rayons. Il constate que **l'offre des professionnels locaux est présente mais pas suffisante**.

Pour les potées fleuries, il importe aujourd'hui environ 40% des produits commercialisée dans ses magasins.

Pour les fleurs coupées, le sujet est en réflexion au sein de la coopérative. Il devait lancer ces produits avant la période de COVID mais la coopérative n'est toujours pas prête à ce jour pour la vente de ces produits car ils nécessitent des infrastructures particulières (rayons climatisés) et une formation particulière des salariés responsables de ces rayons.

La coopérative ne fait que des achats directs, pas de dépôt/vente.



## Approche individuelle - Mr TROJNAR - COOP AVIRONS / GAMM VERT

### Ses attentes

- Des produits normés, étiquetés, avec une bonne présentation
- Un catalogue de produits référencés et accessible en ligne si possible
- Une professionnalisation des producteurs pour assurer la régularité des approvisionnements et des prix
- Une politique d'achat et de prix réfléchie pour pouvoir anticiper les événements commerciaux annuels...> à la Coopérative, pas de one shot décidé quelques jours juste avant un événement ...

### Ses freins

- Pas réellement d'offre de professionnels locaux sur les fleurs coupées
- Risque de perte trop important si pas d'infrastructure adaptée et pas de formation des salariés responsables



## Approche individuelle - Mr JAFFRES - CANE

Mr JAFFRES nous a confirmé l'absence des fleurs coupées et la présence des potées fleuries dans leurs rayons. Il constate que **l'offre pour les professionnels locaux est présente et suffisante** pour son réseau de magasin. Il a même dû faire des choix dans ses fournisseurs pour travailler sous contrat avec quelques producteurs pépiniéristes reconnus.

La coopérative n'ira pas sur le marché des fleurs coupées.

Pour les potées fleuries, il ne travaille qu'avec des entreprises locales, aucune importation n'est faite directement. Il n'a quasiment jamais de problème avec ses fournisseurs qui assurent tous les commandes passées.

La coopérative ne fait que des achats directs, pas de dépôt/vente.



## Approche individuelle - Mr JAFFRES - CANE

### Ses attentes (qui ont trouvé réponses)

- Des produits normés, étiquetés, avec une bonne présentation
- Une relation durable, et contractualisée si possible, avec ses fournisseurs

### Ses freins

- Pas de fleurs coupées dans leur coopérative
- Ne souhaite pas augmenter le nombre de ses fournisseurs, il préfère consolider les relations professionnelles existantes



## Approche individuelle - Mr FOURTET - Jardinerie du Théâtre

Mr FOURTET nous a confirmé la présence des fleurs coupées et des potées fleuries dans leurs rayons.

Pour les potées fleuries : Le groupe FAGES commande des plantes, jeunes ou non, et se charge de la multiplication de ces plantes avant revente via la Jardinerie du Théâtre.

La jardinerie ne fait que des achats directs, pas de dépôt/vente.

Pour les fleurs coupées : Il constate que l'**offre est présente et suffisante** pour son réseau de magasin. Il travaille principalement avec l'entreprise « le comptoir MELISSA ». Le magasin a déjà des infrastructures lui permettant la gestion de ce type de produits (chambre climatisée). Les ventes se réalisent aussi beaucoup par commande de bouquets à réaliser sur place.





## Approche individuelle - Mr FOURTET - Jardinerie du Théâtre

### Ses attentes

- Des produits normés, étiquetés, avec une bonne présentation
- Des produits de très haute qualité pour limiter les pertes
- Une anticipation des événements marquants dans l'année pour des actions commerciales ciblées

### Ses freins

- Manque de volumes de spécimens d'endémiques et d'indigènes



## Approche individuelle - Mr HOARAU - LECLERC DISTRIBUTION

Mr HOARAU nous a confirmé la présence de fleurs coupées et potées fleuries dans leurs rayons et son souhait de valoriser les producteurs locaux. Il privilégie la vente de semences de fleurs. Il constate que l'**offre pour les professionnels est présente principalement dans le sud**. Il travaille déjà certains producteurs avec lesquelles il a mis en place des contrats de dépôt/vente. Il compte valoriser la production locale en créant des espaces dédiés aux fleurs coupées et potées fleuries dans tous les magasins LECLERC.

Le magasin des Casernes à St Pierre a déjà un espace de 35m<sup>2</sup> dédié à ces produits.

### Ses attentes

- Un produit normé, étiqueté, avec une bonne présentation
- Un catalogue de produits référencés et accessible en ligne si possible
- La systématisation des contrat de dépôt/vente pour limiter les risques financiers pour les magasins.

### Ses freins

- Aucun frein !



## CONCLUSION

Ces entreprises ont souvent les mêmes attentes...

sur le produit > **un produit normé, étiqueté, avec une bonne présentation**

sur l'offre du marché > **un catalogue de produits référencés et accessible en ligne**

Ces entreprises ont pourtant quelques spécificités, notamment sur...

- Les différentes contractualisations possibles des relations commerciales (les contrats de culture ayant la préférence des horticulteurs, plus que les contrats de dépôt / vente)
- La sensibilité de l'entreprise sur la mise en avant de la production locale
- Les différentes politiques commerciales pour anticiper les temps forts de l'année (fête des mères, 1er mai, toussaint, Noël, etc...)





3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# ENQUETES COMMUNES

Etude financée par :



Cette enquête a été réalisée grâce à un questionnaire Google form envoyé via le Département aux 24 mairies de l'Île de La Réunion pendant les mois de décembre 2021 à février 2022.

Les questions de cette enquête ont été conçues et validées en collaboration avec l'UHPR et le Département de La Réunion.

Seulement **cinq communes y ont répondu**, après plusieurs relances des élus comme des services techniques.

- SAINT PAUL
- LA POSSESSION
- L'ETANG SALE
- PETITE-ÎLE
- SAINT ANDRE

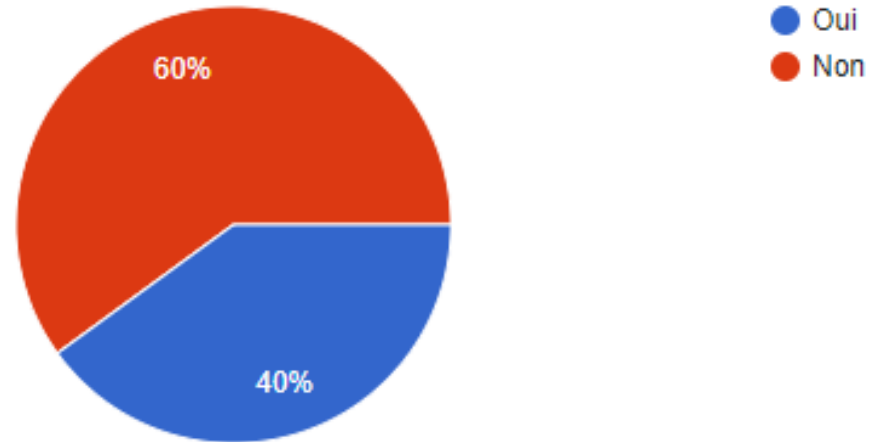
Nous tenons à remercier chaleureusement ces 5 communes pour leur participation à la présente étude ayant pour objectif le développement économique des acteurs de la filière horticole.



## Manifestations florales

Organisez vous déjà des manifestations florales ?

5 réponses



Quelle(s) manifestation(s) florale(s) organisez-vous ? A quelle période de l'année ?

2 réponses

COMMUNE	REPONSE
L'ETANG SALE	un marché aux fleurs tous les premiers samedis matin du mois
SAINT-ANDRE	Festiplantes

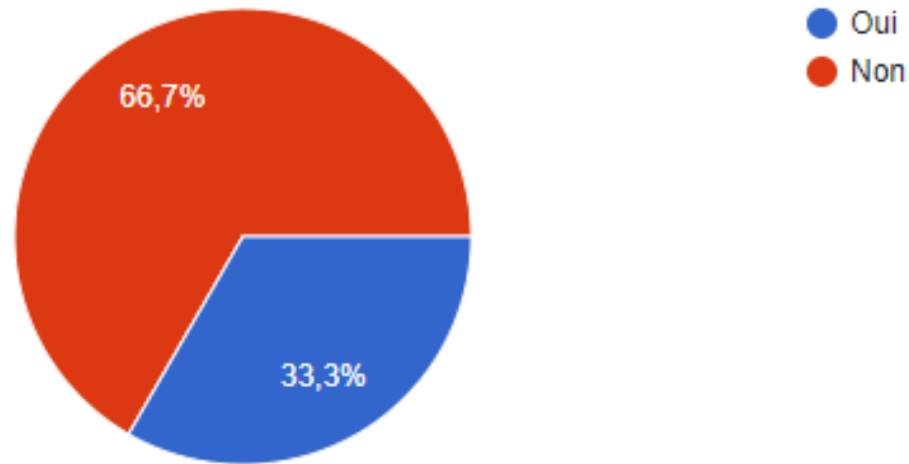




## Éventuelles manifestations florales

Envisagez-vous d'organiser une manifestations florales ?

3 réponses



Pouvez-vous apporter des détails concernant le(s) potentielle(s) manifestations florales de la commune ?

Une réponse

COMMUNE	REPONSE
L'ETANG SALE	Salon type "Flore et Halles" pour permettre aux acteurs de la filière horticole de pouvoir faire la promotion de leurs activités et productions



## Mise en valeur des paysages

La commune a-t-elle des projets urbains ou ruraux de mise en valeur des paysages par l'intermédiaire du végétal ?

5 réponses

Toutes les communes ont répondu « oui » à cette question.

85

## Projet de mise en valeur des paysages

Quels sont les projets urbains ou ruraux de mise en valeur des paysages par l'intermédiaire du végétal ?

5 réponses

COMMUNE	REPONSE
L'ETANG SALE	découverte du tressage et de l'utilisation du végétal. valoriser l'artisanat , création d'un point rencontre. implanter des jardins partagés sur le territoire
PETITE-ÎLE	- Petite ville de demain, par une végétalisation du centre ville - Aménagement du site de loisir du Domaine du Relais par la plantation d'arbre endémique et la création d'un sentier d'interprétation
SAINT-ANDRE	NPRU - ARBORETUMS dans les quartiers/Colosse/Signataire de la Charte DAUPI/ le fleurissement des espaces végétalisés en zone urbaine
LA POSSESSION	ZAC Cœur de Ville, Ravine BALTAZARD
SAINT-PAUL	Plan 100 000 arbres

Les plantes indigènes ont-elles une place spécifique dans ces projets communaux ?

5 réponses

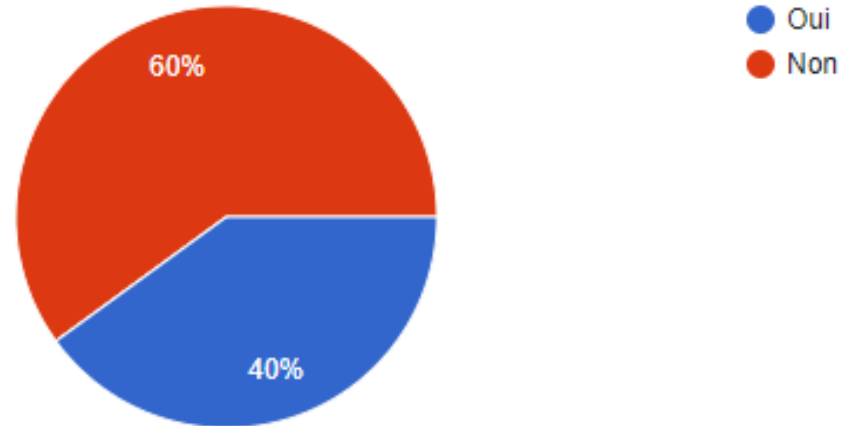
Toutes les communes ont répondu « oui » à cette question.



## Contrats avec les exploitations horticoles privées

Envisagez vous de passer des contrats de culture avec les exploitations horticoles privées ?

5 réponses



Pouvez-vous apporter des détails concernant les contrats de culture avec les exploitations horticoles privées ?

2 réponses

COMMUNE	REPONSE
PETITE-ÎLE	Production de plantes a massif fleurettes et endémiques
SAINT-PAUL	Pour l'instant nous n'avons pas encore déterminé le cahier des charges de ces contrats de culture.



## Les communes et l'horticulture

Votre commune a-t-elle mis en place des pépinières communales ou associatives pour produire des plants ?

5 réponses Toutes les communes ont répondu « oui » à cette question.

## Pépinières communales ou associatives

Concernant ces pépinières communales ou associatives, quel cadre avez-vous prévu pour limiter la concurrence directe avec les producteurs privés ?

5 réponses

COMMUNE	REPONSE
Anonymisé	c'est une pépinière communale, la production est uniquement pour les besoins de la commune
Anonymisé	production pour plantation sur espaces publics dans le cadre de la DAUPI
Anonymisé	aucun
Anonymisé	il n'y a pas de cadre précis, la pépinière communale est un outil de production permettant de répondre aux besoins de la collectivité sur ces chantiers de création et autres projets de végétalisation
Anonymisé	Nous avons un fonctionnement mixte, la production de notre pépinière municipale ne couvre pas l'ensemble des besoins en plants pour embellir les espaces verts publics de notre commune. Un marché à bons de commande a été lancé pour répondre à nos besoins.

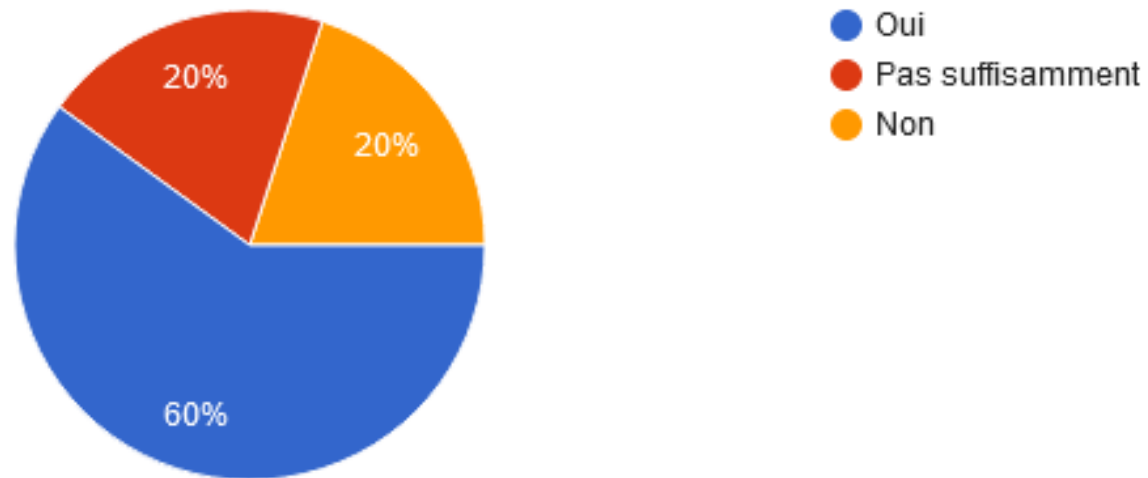
88



## Actions en faveur des horticulteurs ?

La police municipale mène-t-elle régulièrement des contrôles sur les brocantes et les bords de route pour limiter la concurrence déloyale des vendeurs de plantes de l'économie informelle ?

5 réponses

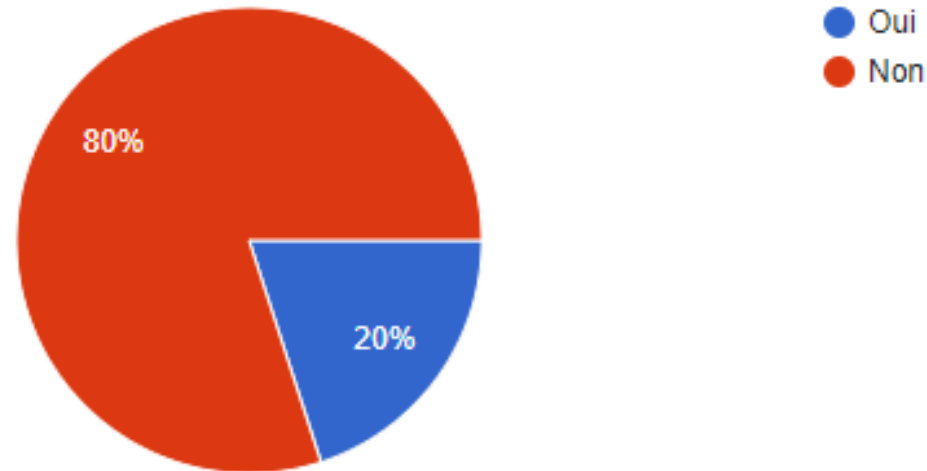




## Actions en faveur des horticulteurs ?

Avez-vous engagé d'autres actions communales en faveur des horticulteurs et de la filière horticole ?

5 réponses



Quelles sont ces autres actions communales engagées en faveur des horticulteurs et de la filière horticole ?

Une réponse

COMMUNE	REPONSE
SAINT-ANDRE	Fleurissement de la ville par l'ALEFPA



## Éventuelle collaboration entre la commune et les producteurs

Quelles collaborations pourriez-vous envisager entre la commune et les producteurs locaux de plantes en pot et de fleurs coupées ?

5 réponses

COMMUNE	REPONSE
L'ETANG SALE	intégrer le futur point rencontre. améliorer le marché aux fleurs de mensuel à hebdomadaire et d'y associer les producteurs de légumes et l'artisanat.
PETITE-ÎLE	Il serait possible dans à court terme de proposer un marché aux fleurs pour les producteurs qui souhaitent faire connaître leurs produits et écouler leur production
SAINT-ANDRE	aucune
LA POSSESSION	Pas de collaboration envisagée
SAINT-PAUL	Contrats de culture, organisation d'une nouvelle manifestation à destination de la filière



## Vos achats de produits horticoles

Pouvez-vous estimer le volume d'achat de produits horticoles de votre commune par an (€) ?

5 réponses

COMMUNE	REPONSE
Anonymisé	notre pépinière est entrée dans un fonctionnement "autosuffisant" les semences sont achetées de façon exceptionnelle
Anonymisé	8 000€
Anonymisé	25 000 € / an
Anonymisé	39 KF
Anonymisé	80000

*Par soucis de confidentialité, les réponses ne sont pas associées aux communes.*



## Vos achats de produits horticoles

Quelles sont vos modalités d'approvisionnement en produits horticoles, en local ou en import ?

5 réponses

Toutes les communes ont répondu s'approvisionner « en local ».

Selon vous, quels sont les avantages / inconvénients de travailler avec les producteurs locaux ?

5 réponses

COMMUNE	REPONSE
L'ETANG SALE	le premier avantage serait des produits adaptés au climat par rapport à des produits importés. l'avantage de la commande en petite quantité.
PETITE-ÎLE	inconvénient : manque de variétés avantage : produits disponibles rapidement - participe à la vie économique locale
SAINT-ANDRE	plantes adaptées à notre territoire, la rapide d'intervention - très peu de Transport - valoriser les acteurs économiques du territoire
LA POSSESSION	Disponibilité des produits
SAINT-PAUL	Avantages: Circuit court, délai de livraison réduit; Inconvénients: Prix, temps d'acheminement long quand les produits ne sont disponibles localement



## Vos achats de produits horticoles

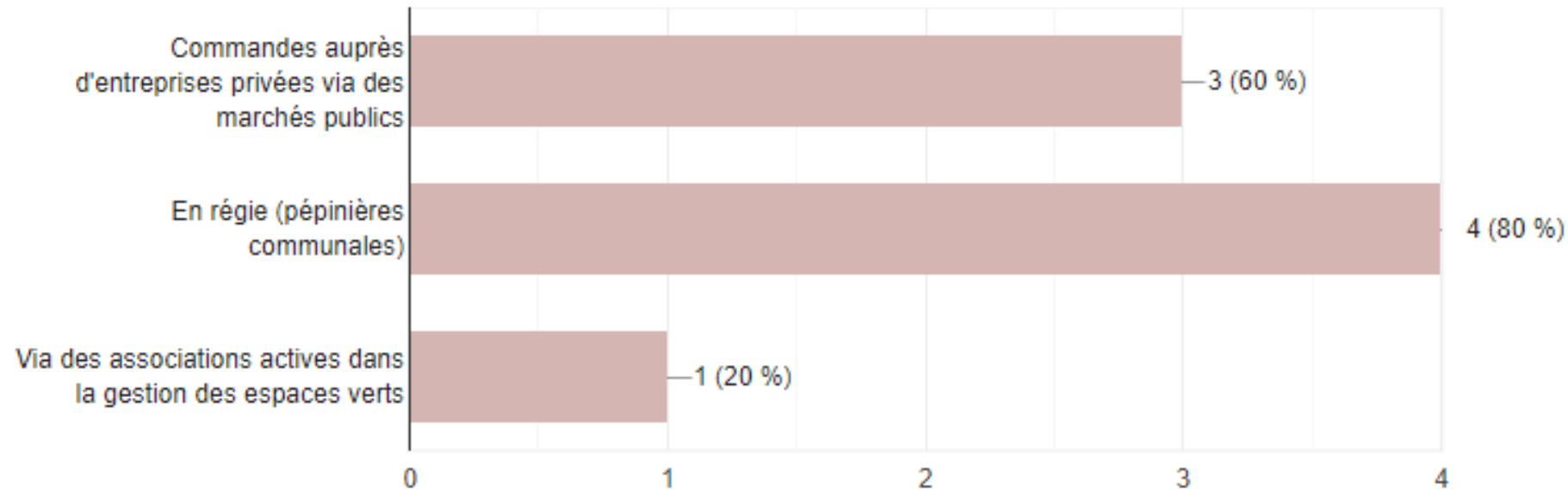
Savez-vous auprès de quels producteurs locaux vous adresser selon vos besoins ?

5 réponses

Toutes les communes ont répondu « oui » à cette question.

Comment subvenez-vous à vos besoins en produits horticoles ?

5 réponses

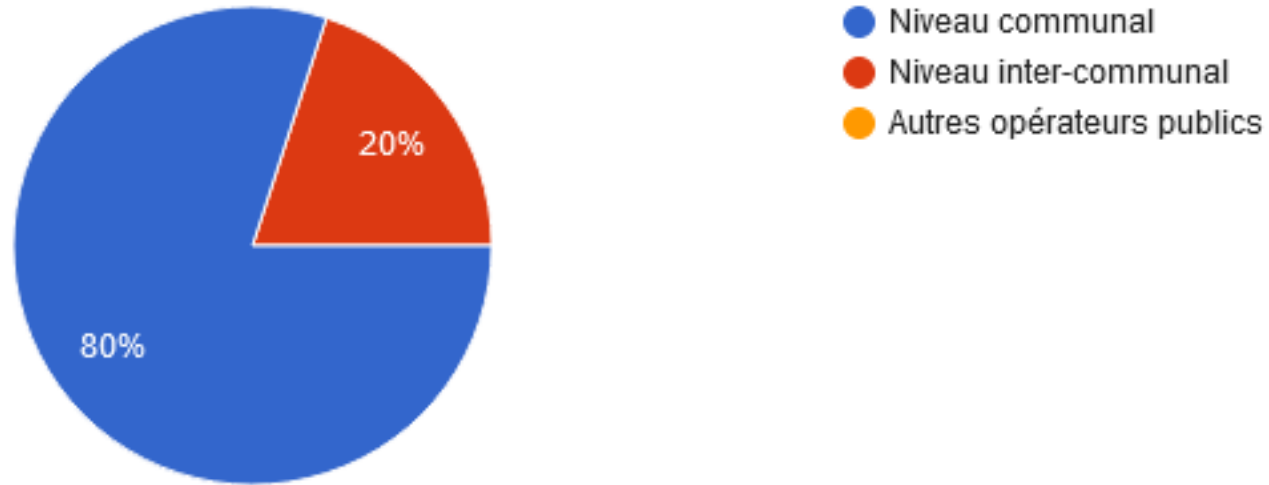




## Vos achats de produits horticoles

Quel est selon vous, le niveau de gestion pertinent pour répondre à vos besoins en produits horticoles ?

5 réponses



## Vos achats de produits horticoles

Avez-vous des remarques complémentaires sur cette série de questions concernant vos achats de produits horticoles ?

4 réponses

non

les moyens financiers des services des petites communes (avec un territoire important) ne permettent pas de réaliser des opérations d'ampleurs. "l'évolution végétale" est conditionnée par le coût de son fonctionnement.

RAS



Nous renouvelons nos remerciements aux communes ayant répondu à l'enquête.

Le faible nombre de réponses, malgré de nombreuses relances, confirme la **nécessité d'établir des relations partenariales régulières entre les services communaux d'aménagement paysager et les représentants des pépiniéristes privés.**

On peut noter des **préoccupations communes** :

- Un fort intérêt pour les plantes indigènes et l'achat local
- Le développement de pépinières communales ou associatives pour la production de plants
- La volonté de réaliser des projets urbains et d'aménagement paysager

Les communes ayant répondu présentent des divergences de vue sur les contrats de cultures et sur l'organisation de manifestations florales, ce qui devrait encourager les producteurs à s'organiser en conséquence.



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

## Quelques références d'actions mettant le végétal au service de l'environnement

Etude financée par :



Dans le cadre de la Loi Climat et Résilience\*, le gouvernement s'est fixé l'objectif de réduire par deux le rythme d'artificialisation des sols :

- En favorisant la biodiversité
- En améliorant le cadre de vie des administrés
- En luttant contre les îlots de chaleur

Ces bénéfices recherchés sont talonnés par l'amélioration de la qualité de l'air et l'attractivité de la ville.

*\*Lien vers le texte de Loi*





En **France métropolitaine**, plusieurs actions de verdissement sont mises en œuvre, à plusieurs échelles et alliant les domaines environnemental et sociétal :

- Permis de végétaliser
- Cours Oasis
- Jardin partagés
- Revitalisation de friches urbaines

A **La Réunion**, certaines de ces actions sont déjà mises en œuvre, comme les jardins partagés qui sont déjà nombreux (Jardin Olivier à Bois d'Olive, Moulin Joli à La Possession, Kaloupilé au Moufia, et une trentaine d'autres) et le projet de Cours Oasis du groupe scolaire Langevin.



100



Face à l'urbanisation galopante, certaines villes partent à **la conquête du gris** :

- Rennes : depuis 2013 la Ville propose de **végétaliser librement** et bénévolement certains espaces du domaine public (pieds de façades, trottoirs, pieds d'arbres en terre, murs de pierre, etc).
- Perpignan : incite au **fleurissement des rues** - campagne « fleurs des villes »
- Nancy : propose un financement **des travaux des jardins des citoyens** à hauteur de 70% si les espaces verts sont visibles depuis l'espace public.
- Grenoble : propose jusqu'à 8 000 euros de subvention pour des travaux réalisés dans **jardins visibles de l'espaces publics**.



Les **¾ des villes françaises** décernent un **permis de végétaliser** à ses citoyens afin de verdir les espaces urbains (trottoirs, façades, ...) :

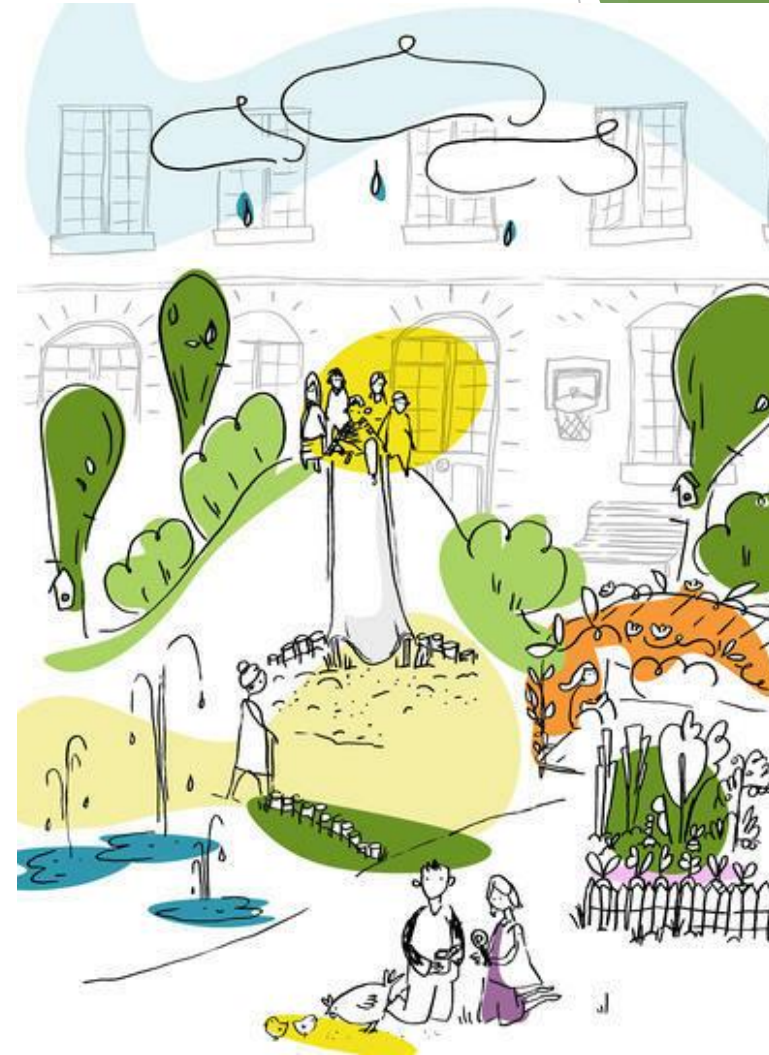
- Paris : incite les habitants à **installer des jardinières** et autres **mini-potagers** à chaque coin de rue.
- Tourcoing : propose à ses habitants de **végétaliser leurs murs** en fournissant les plantes adaptées au milieu urbain (opération « Vert en ville » réalisée avec l'appui du service Espaces Verts municipal).



Les **cours d'école Oasis** sont des projets de **renovation verdissante** des cours d'écoles qui permet :

- une meilleure gestion de l'eau de pluie,
- la mise en place d'aménagements plus ludiques
- l'amélioration du bien-être des écoliers.

Pensées comme des **îlots de fraîcheur** au cœur des quartiers, ces cours pourront également accueillir un public plus large en dehors des temps éducatifs et devenir notamment des « refuges » pour les personnes vulnérables durant les vagues de chaleur.





# Les jardins partagés ou communautaires

Les **jardins partagés** permettent de transmettre et de créer de la **solidarité autour du végétal**.

- Montpellier main verte ! : propose des visites commentées des jardins publics, des ateliers au jardin-école pour les enfants ou des animations dans ses jardins partagés.
- Metz : vergers pédagogiques où les habitants viennent participer pour faire pousser légumes, herbes aromatiques, fleurs comestibles...
- Tourcoing : un jardin partagé familial entretenu par des retraités a fleuri à la place d'un hangar détruit



12 villes sur les 18 grandes villes françaises qui intègrent l'Observatoire des villes vertes se sont lancés dans une **revitalisation de leurs friches urbaines**.

- Le projet Reims Grand centre vise à requalifier un secteur d'anciennes friches d'activité de 7 hectares (soit l'équivalent de 10 terrains de foot) en plein cœur de ville, en y intégrant un important volet végétal (150 arbres, 18 350 arbustes et plantes vivaces, 3 000 m<sup>2</sup> de prairies, forêt urbaine sur 1 600 m<sup>2</sup>) avec une végétalisation des noues et des parcelles d'infiltration.

De manière générale les villes veulent éviter d'artificialiser encore plus, et **intègrent** pour cela quasi systématiquement des concepteurs **paysagistes** dans les projets de maîtrise d'œuvre, et des **mesures coercitives** dans les **PLU/ PLUi** de plus en plus appliquées par les villes.



3A CONSEIL  
Septembre  
2021 à  
février 2022

# RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION

Etude financée par :



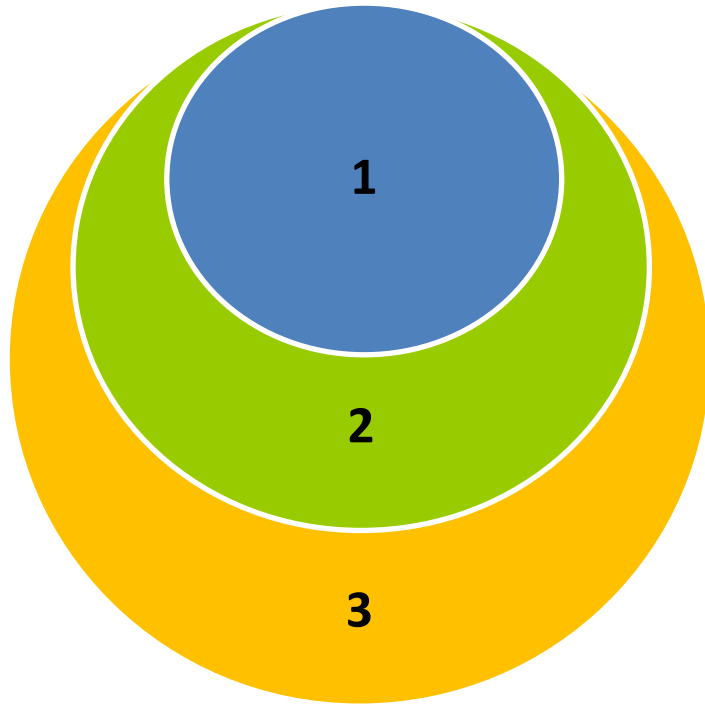
106





- Conformément aux souhaits du Comité de pilotage, ce plan d'actions 2022-2027 est plus resserré autour de projets prioritaires, et avec moins d'actions qu'en 2016
- Ce plan d'action est basé sur :
  - Une **approche opérationnelle**.
  - Une **démarche pragmatique et progressive**, qui part de l'existant et de la volonté des acteurs.
  - Un travail à la fois sur **l'offre et les débouchés**.
- Les acteurs nommés pour la mise en œuvre des actions ne sont qu'indicatifs, non exhaustifs à la date de la parution de l'étude, et toute bonne volonté est la bienvenue pour structurer une **filière durable**.

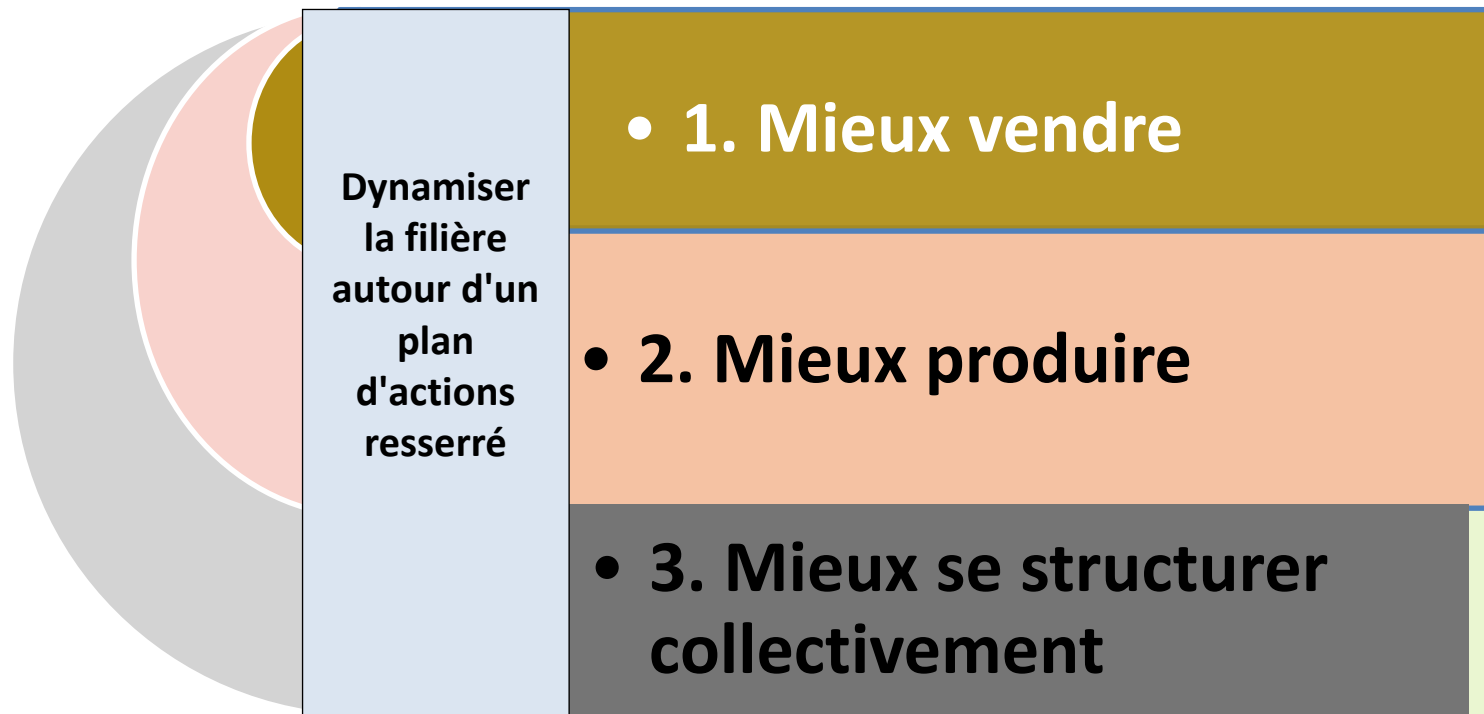




1. Le plus important
2. A réussir dans le temps
3. A ne pas oublier



Un plan en 3 **Axes** déclinés en plusieurs actions



Voici le résumé des 12 actions prévues dans le plan d'actions 2022-2027 pour la filière horticole réunionnaise (tous les détails des pilotes, du chronogramme et des partenaires figure en annexe)

1. Formaliser un **catalogue de la production** locale
2. Co-organiser des **salons et manifestations florales**
3. Définir une stratégie **marketing Plant Péi** et développer la **communication** sur les réseaux sociaux
4. Favoriser le regroupement de producteurs via la création d'une **plateforme de commercialisation cash and carry**
5. Développer le marché des **fleurs coupées** via les **fleuristes**
6. Développer la production de **plantes indigènes et de roses anciennes**
7. Assurer le développement de la **PBI au sein du GIEE**
8. Développer les **formations horticoles** des exploitants et des salariés agricoles
9. Renforcer la **coordination entre les partenaires** qui encadrent les horticulteurs
10. Consolider les **relations avec les collectivités locales**
11. Encourager à la **mutualisation des achats**, via des négociations groupées avec les fournisseurs
12. Créer une **interprofession** pour structurer l'amont et l'aval de la filière



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATION CATALOGUE DE LA PRODUCTION LOCALE (Action 1.1)

Etude financée par :





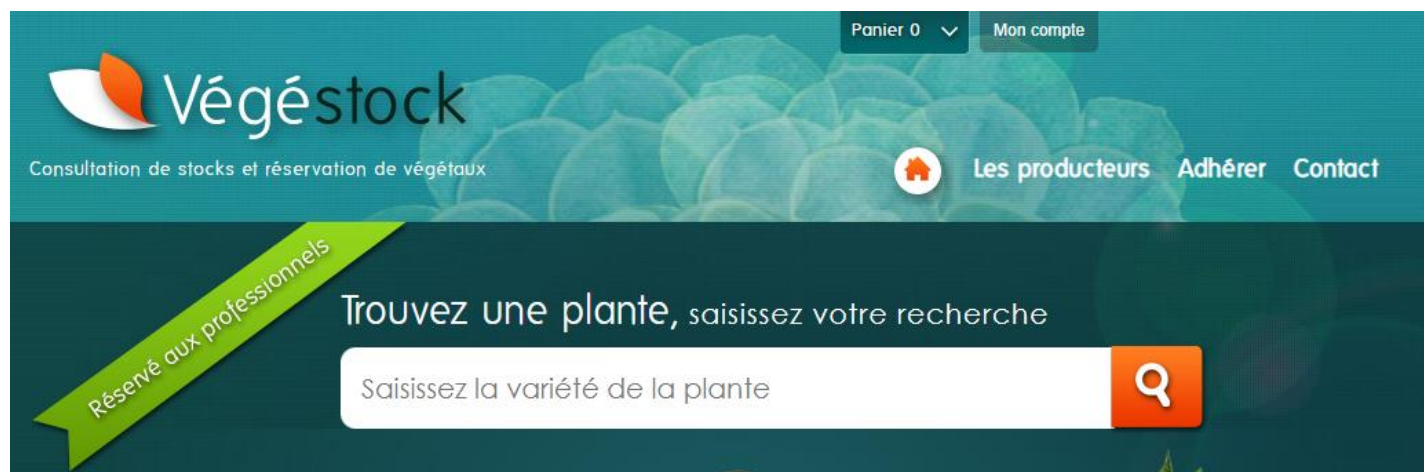
Lors de la rencontre organisée en novembre 2021 entre les fleuristes et les producteurs de fleurs péi, une **problématique commune** aux différents acteurs de la filière horticole réunionnaise a été mise en évidence : **le manque de connaissances sur les pratiques, la gamme et sur la disponibilité des variétés et plants sur le territoire.**

Les acteurs de la filière souhaiteraient ainsi pouvoir disposer d'un outil permettant de **visualiser les stocks disponibles**, pour **quelles variétés de plantes** sur l'île, et auprès de **quel(s) producteur(s)**. Ils souhaiteraient également disposer d'un **service de livraison** permettant, aux fleuristes notamment, de ne pas se déplacer pour se fournir en plants.



En **France métropolitaine**, il existe à ce jour un outil national se rapprochant de la demande des acteurs de la filière réunionnaise : **Végéstock**

- Ce site est la propriété de l'association **FNPHP** (Fédération nationale des producteurs de l'horticulture et des pépinières) qui l'a mis en œuvre en 2012 en région Centre Val de Loire pour répondre à un besoin local.
- Végéstock est hébergé et développé par la société **AQUILA** Informatique SAS.
- Elle est utilisée à ce jour à la fois par les producteurs, mais également par les paysagistes qui cherchent à se fournir, souvent localement.



La plateforme permet de **rechercher une variété de plante** et d'obtenir les informations associées suivantes :

- La **liste des producteurs** possédant cette variété
- Et par producteur :
  - La **quantité, le stock disponible** de cette variété
  - Le **type de conditionnement** (en godet, en pot, en conteneur, etc)
  - La **taille ou l'âge** dans lequel les plants sont disponibles
  - L'**état de floraison**
  - La **date de mise à jour** du stock

Il est également possible d'accéder à une **fiche contact** en cliquant sur le producteur sélectionné et de le **localiser** sur une carte.

Enfin, il est possible de **constituer un panier** et de **demandeur un devis** auprès des producteurs sélectionnés.

**Une mise à jour de la plateforme est prévue pour 2022**, avec la mise en place d'un **filtre par région**, ainsi que l'organisation d'un **service de livraison**, qui n'est pas opérationnel à ce jour.



## CITRUS hystrix Combawa (Citron combeva)

Producteur

Tous

Conditionnement

Tous

Taille

Tous

Floraison

--

Stock  
disponible

Quantité  
souhaitée

Pépinieres

Dernière mise à jour le 04/01/2022 😊

Conditionnement

Taille

Floraison

5

Conteneur de 5 Litres

non précisé

5



Pépinieres

Dernière mise à jour le 17/12/2021 😞

Conditionnement

Taille

Floraison

428

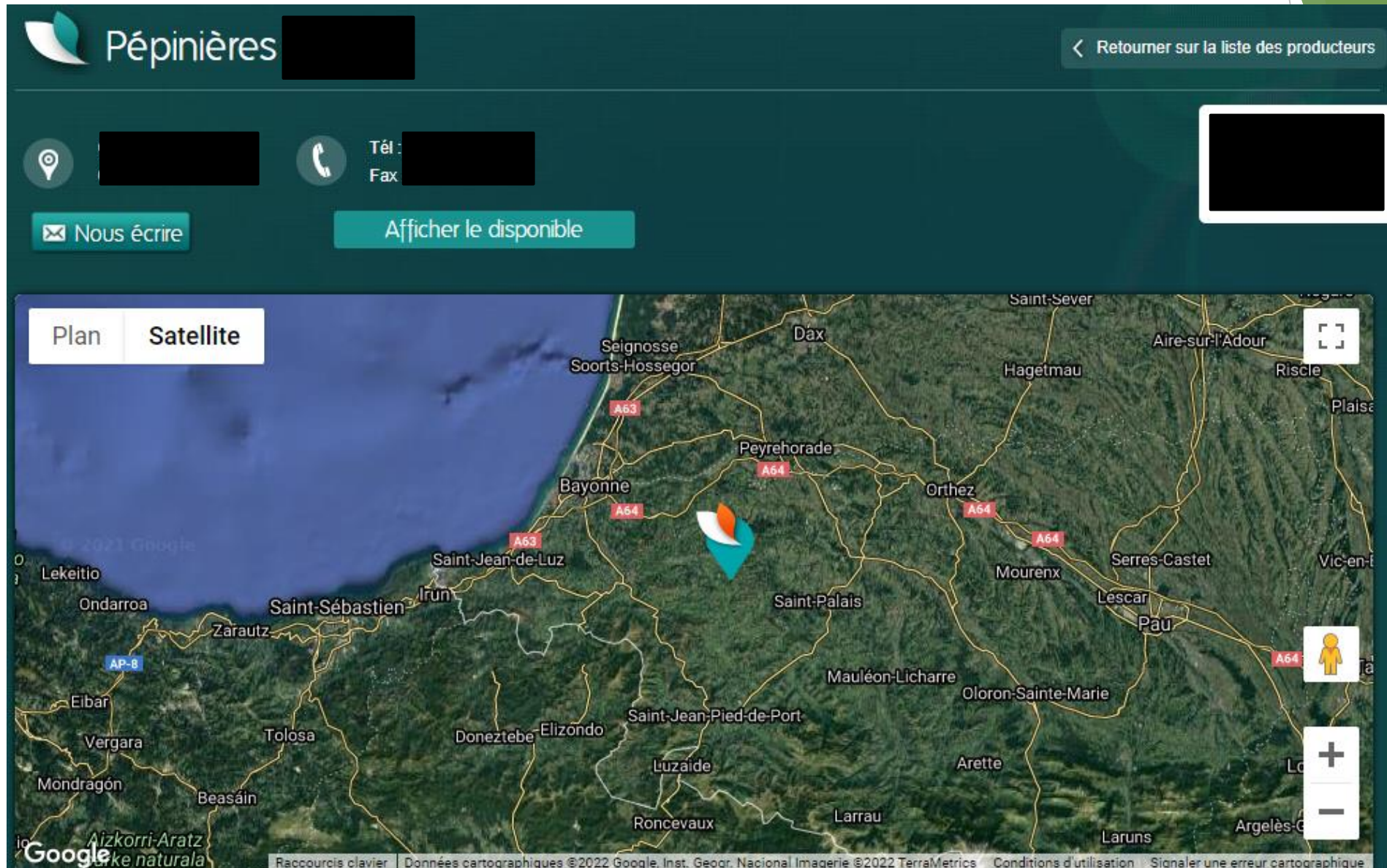
Pot 14CM

428





# Visualisation de la plateforme





Le coût de l'étude, du développement, et de la mise en œuvre d'un tel site internet est de l'ordre de 100k€.

Un contrat de serveur web doit ensuite être signé et financé à raison, selon le volume de données à traiter, de 1000€/an à 500€/mois.

Il semble également possible d'adhérer à Végéstock (et pas nécessairement à la FNPHP) et de profiter la plateforme déjà existante et dont la prochaine adaptation ajoutant le filtre par région notamment, pourrait éventuellement permettre de visualiser l'offre locale réunionnaise via la plateforme nationale.

Si la plateforme, après adaptation 2022, correspondait à l'attente des fleuristes et horticulteurs réunionnais, cette possibilité devrait faire l'objet d'une validation auprès de la FNPHP qui s'est montrée lors de l'interview plutôt favorable à cette possibilité.



A **La Réunion**, **iThaque** est un portail internet collaboratif multiservices à destination des agriculteurs producteurs locaux et de leurs acheteurs et consommateurs, qu'ils soient publics ou privés.

Imaginée et développée par Jean-Luc LESSIZA de Micronotes, basé à la Technopôle de Saint-Denis, en 2015, la plateforme a été créée pour répondre à un besoin de communication entre les producteurs locaux de fruits et légumes et leur clientèle, et ainsi favoriser le circuit court.

Il met à disposition 3 modules : le **catalogue**, la **planification** et le **suivi des approvisionnements**, en partenariat avec des plateformes logistiques.



iThaque permet de mettre à jour un catalogue, les stocks et les ventes en temps réel.

La plateforme permet pour,

**les producteurs :**

- Mettre à jour leur catalogue, leur stocks et les ventes en temps réel
- Recevoir des commandes et suivre les livraisons

**les groupements et coopératives :**

- Consulter les stocks des membres
- Recevoir des commandes

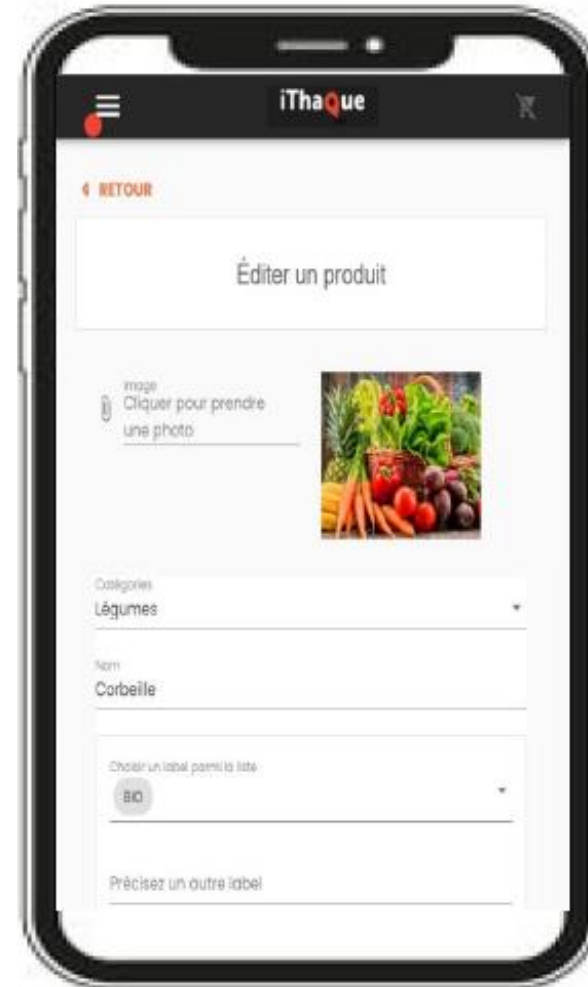
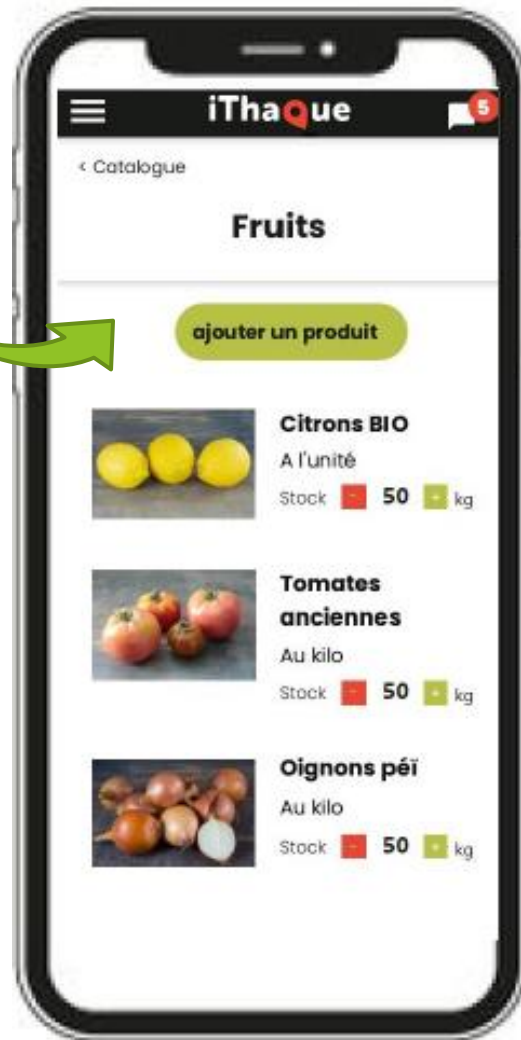
**les collectivités et entreprises :**

- D'accéder à un catalogue de producteurs locaux et de leurs stocks
- Passer des commandes en direct
- Suivre des livraisons



Ajouter un produit  
à votre catalogue

- Créer des catégories
- Prendre ou ajouter une photo
- Saisir le stock
- Saisir le prix unitaire
- Saisir les dates de disponibilité



Commander

- Le producteur transmet à l'acheteur son lien direct de type <https://nomvendeur.ithaque-agro.fr/>
- L'acheteur se rend sur l'application du producteur et peut s'inscrire en donnant ses coordonnées et son adresse s'il souhaite être livré
- Il peut dès son inscription consulter le catalogue de l'acheteur et peut passer commande



121



L'entreprise Micronotes, propriétaire et gérante d'iThaque, s'est montrée favorable à l'intégration et l'évolution de l'outil à destination de la filière horticole réunionnaise. En effet, l'outil à l'origine imaginé à destination des agriculteurs producteurs de fruits et légumes n'a pas vocation à se cantonner à ces produits. Toute filière locale avec un objectif de facilitation de l'économie circulaire du territoire est la bienvenue.

Le coût de l'étude, du développement, et de la mise en œuvre de la plateforme iThaque a été de l'ordre de 10k€.

La plateforme étant existante, l'intégration de la filière horticole réunionnaise nécessitera seulement quelques aménagements numériques à prendre en charge. Cette intégration pourra faire l'objet d'aménagements spécifiques, à la demande de la filière.

Le coût d'utilisation de la plateforme par les producteurs horticoles est formalisé sous forme d'abonnement de l'ordre de 10€ par mois par producteur, puis à partir de 10 commandes, à hauteur de 1€ à la commande.



# Comparatif des plateformes

Services	Plateforme numérique existante		Plateforme numérique à créer
	iThaque	Végéstock	
Propriétaire et décideur	Micronotes	FNPHP	A définir
Application mobile	Oui	Non	Oui
A destination	Producteurs de fruits et légumes, Coopératives, Collectivités	Horticulteurs et pépinières	Horticulteurs et pépinières
Echelle d'action	Régional	National	Régional
Recherche	Par produit	Par variété	Par variété ou points cardinaux de l'île
Affichage du stock	Par agriculteur En temps réel en fonction des commandes et dès la mise à jour par le producteur	Par producteur Transcription quotidienne par logiciel dédié	Par producteur En temps réel en fonction des commandes et dès la mise à jour par le producteur
Contacts des producteurs	Oui	Oui avec fiche contact	Oui avec fiche contact
Demande de devis	Non	Oui	Oui
Commande et livraison	Oui via un point relais	En cours de mise en place, pour 2022	Oui via un point relais



123

# Comparatif des plateformes

Services	Plateforme numérique existante		Plateforme numérique à créer
	iThaque	Végéstock	
Mise à jour du stock	Via page internet en back office accessible par les producteurs	Par chargement de son stock par le producteur (excel ou formulaire dédié) puis logiciel de retraitement des données	Via page internet en back office accessible par les producteurs
Coût d'intégration de la filière horticole à la plateforme	Selon l'ampleur des demandes de développement supplémentaires, via Micronotes	Selon l'ampleur des demandes de développement supplémentaires, via Aquila Informatique	Coût de création
Autorisation amont à l'intégration	Faire valider les améliorations à apporter à iThaque pour intégrer la filière horticole auprès de Micronotes	Faire valider l'intégration de la filière horticole réunionnaise à Végéstock auprès de la FNPHP Charte d'adhésion de Végéstock à accepter	Mettre en place une charte d'utilisation de la plateforme
Coût du contrat de maintenance	Abonnement mensuel par producteur à 10€ puis 1€ par commande à partir de 10 commandes	1000€/an ou 500€/mois selon quantité de données à traiter	Abonnement mensuel à petit prix
Coût de création de la plateforme	10k€	100k€	Entre 10 et 100k€



124

A ce jour, plusieurs options sont disponibles pour répondre à la demande d'un catalogue de la production locale horticole réunionnaise.

La première option consisterait à construire un outil propre à la filière horticole locale. Cette option prendrait plus de temps et mobiliserait sans doute plus d'investissements financiers que l'option du rattachement à une plateforme existante.

Deux plateformes numériques déjà existantes proposent des outils intéressants et répondant en grande partie à la demande des acteurs locaux.

Les développeurs informatiques de ces plateformes sont à même d'apporter à ces outils des aménagements sur mesure, à la demande de la filière horticole réunionnaise.



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS SALONS ET MANIFESTATIONS FLORALES (Action 1.2)

Etude financée par :





- Participer aux salons et manifestations florales existantes, Florilèges, Festi plantes, autres...
- Poursuivre la coopération réussie entre la Chambre d'Agriculture et l'UHPR sur les manifestations florales.
- Co-organiser avec l'UNEP un grand salon du végétal en avril ou en juillet / août en partenariat avec une agence événementielle.
- Encourager de nouvelles communes à organiser leur propre salon du végétal, comme Etang Salé ou Saint Paul qui se sont montrées intéressées.



- Lister les principales dépenses prévisionnelles (location, sécurité, logistique, matériel, communication, animations,...) et viser un budget de l'ordre de 65.000 €
- Rechercher les recettes prévisionnelles pour **atteindre l'équilibre financier** : sponsors privés (Gamm vert, Fermes et jardins, Terracoop, EDF, Crédit agricole...?), entrées, location stand, subventions publiques...
- Identifier un lieu propice à accueillir du public dans le respect des règles sanitaires
- Organiser lors des manifestations florales des **concours d'art floral** sur des thèmes "fleurs pays" : bouquets/arrangements fleurettes, y compris pour le culte, bouquets/arrangements de fleurs tropicales
- Distribuer un flyer avec la **liste des producteurs** détaillants et leurs coordonnées
- Présenter le catalogue de la production locale



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS MARKETING ET COMMUNICATION (Actions 1.3)

Etude financée par :



Notoriété

Affinité

Conversion



130

Le label PLANT' PÉI intéresse sur le web mais une marge de progression existe : bientôt 10 000 fans sur Facebook et 1 000 sur Instagram.

Le contenu est de qualité et bien pensé : marchés, salons, week-end portes ouvertes, calendrier lunaire, focus sur un végétal ou un usage, jeux concours, calendrier des fruits / légumes de saison. En revanche, l'engagement organique, sans publicité, est faible : - 2% par post en moyenne.

Une base fans Facebook correcte avec un bon potentiel de développement,

Un gros potentiel sur Instagram également avec l'exploitation possible d'autres formats comme les REELS ou Carrousels.

Bonne opportunité de développer et décliner les contenus postés sur Youtube sur les autres plateformes.





L'enjeu est de donner aux consommateurs les raisons d'acheter en circuits spécialisés plutôt qu'en circuits généralistes ou au bords des routes en revalorisant l'acte d'achat dans les points de vente spécialisés. Le second enjeu est de maintenir et développer le bassin d'acheteur pour les fleurs coupées et les plantes en pot. Ainsi, voici nos recommandations :

- Miser sur une communication ciblant les femmes ou les couples;
- Mettre en avant la production locale pour sensibiliser et inciter les réunionnais à choisir des plantes produites, cultivées et/ou acclimatées localement à travers les canaux de communication classiques et digitaux ;
- Ouvrir la marque **Plant' Péi** aux fleuristes ;
- Développer la visibilité du **Label Plant' Péi** auprès des réunionnais en poursuivant le développement sur le web : enrichir les gammes de plantes vendues sur le web, en ajoutant des ventes de fleurs. Poursuivre le développement des réseaux sociaux, créer un lien de proximité avec les réunionnais à travers des contenus divertissant et intéressants;
- Lister les artisans fleuristes, producteurs et leurs spécialités dans un catalogue : floral fine art, composition de fleurs locales, producteurs de plantes médicinales, artisans proposant des compositions originales, des ateliers de compositions...
- Proposer le catalogue également en version web sur le site Plant' Péi avec un système de recherches par filtres : zone géographique, type d'événements, type de plantes ou fleurs recherchées, si c'est à destination du jardin ou de l'intérieur...



- Donner des conseils en entretien grâce à un spécialiste en points de vente dont c'est le métier et qui a du temps pour chacun de ses clients;
- Proposer plus de conseils d'entretien sur le web également et lister systématiquement les vertus des plantes / fleurs sur le site de Plant Péri et ses réseaux sociaux. De même sur les réseaux des producteurs et vendeurs ;
- Elire une plante emblématique de La Réunion;
- Accompagner les fleuristes dans la mise en avant de leur activité en les formant aux techniques de communication adaptées à leur secteur : présence sur les réseaux sociaux avec une stratégie digitale forte, un site internet avec la possibilité de commander en ligne ;
- Miser sur des partenariats avec des influenceurs du web afin de cibler les millenials : spécialistes des mariages, influenceurs lifestyle invités à des ateliers compositions florales par exemple... (La Petite Créole par exemple)
- Proposer un calendrier pour les cultures potagères à La Réunion
- Opter pour des présentations modernes des bouquets en points de vente



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS PLATEFORME DE COMMERCIALISATION EN COMMUN (Action 1.4)

Etude financée par :



Suite à la rencontre du GFS le 8 février 2022 :

- **Construire une solution logistique** pour rapprocher les producteurs des acheteurs (site internet, plateforme de commercialisation en commun, livraisons groupées, ...)
- Se coordonner avec les OP fruits et légumes et le projet CIREST de plateforme générale de commercialisation dans l'Est
- Constituer une **vitrine de la production régionale**
- Permettre aux producteurs de se concentrer sur la production et laisser la plateforme en commun se charger de la commercialisation
- Pour les producteurs de fleurs de Salazie, positionner la plateforme à la sortie du cirque de Salazie pour la zone de chalandise des fleuristes et bazardeurs de la zone Est et Nord
- Attaquer le marché de la Rose import, avec des **productions de diversification** (gerbera, œillet, lys, chrysanthème, marguerite...) mais aussi avec du feuillage vert
- Accompagner les producteurs sur ces enjeux techniques, notamment sur la production de roses



# RECOMMANDATIONS D'INVESTISSEMENT

- Se regrouper en **Organisation de Producteurs** à une dizaine de producteurs
- Trouver un terrain de 4000 m<sup>2</sup> en zone artisanale et commerciale, construire un bâtiment couvert de 1000 m<sup>2</sup> avec réseaux, avec chambres froides de 400 m<sup>2</sup> pour le stockage pendant les périodes de vente chargées, avec le matériel adéquat (charriots et caisses de transport de protection des plantes et des fleurs).
- Prévoir une zone technique et d'agrée et une zone administrative
- Organiser les flux adhérents en zone réception.
- Prévoir 2 camions haillons de livraison 20 m<sup>3</sup> frigorifiques avec caisses adaptées et le moins d'emballages à usage unique possibles
- Créer un service commercial en commun qui veille à la bonne segmentation des circuits de distribution en fonction de la qualité (bazardiers / fleuristes)
- Communiquer en ligne la liste des produits disponibles chaque semaine
- Embaucher 1 employé pour la réception, l'agrée et la mise en chambre froide
- Embaucher 1 employé assurant le commercial et l'administratif
- Embaucher 1 voire 2 chauffeurs pour la livraison

136



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS MARCHE DES FLEURISTES (Action 1.5)

Etude financée par :



# RECOMMANDATIONS POUR LE MARCHÉ DES FLEURISTES

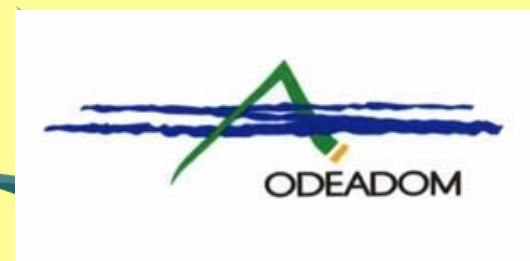
- Etapes pour **développer les relations commerciales** entre producteurs et fleuristes :
  - Communiquer sur les tendances du marché
  - Diversifier l'offre des variétés « originales » et adaptées au territoire
  - Segmenter la production selon le niveau de qualité en fonction du circuit de distribution (bazardiers / fleuristes)
  - Structurer l'offre commerciale en feuillages
  - Envisager la mise en place d'une plateforme de tri (avec livraison en partance chez les fleuristes ou des points de retraits pour les fleuristes)
  - Partager des listes de producteurs et de fleuristes de façon institutionnelle
  - Encourager les producteurs à structurer un service de livraison avec un conditionnement moderne
  - Communiquer sur le label Plant'Péi et sa charte qualité

138

3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS PRODUCTION INDIGENES ET ROSES ANCIENNES (Action 2.1)

Etude financée par :





- Favoriser la mise en production de gammes indigènes et de roses anciennes de qualité par les producteurs
- Répondre à la commande publique et aux besoins d'aménagement des collectivités du territoire
- **Se distinguer** de la concurrence internationale avec des végétaux typiques de La Réunion
- Identifier certains **produits de niche** pouvant être concurrentiels sur le marché européen destinés à être exportés
- Créer des **nouveaux débouchés export** pour certaines productions locales



- **Inventorier les connaissances** déjà existantes en matière d'espèces végétales indigènes et de roses anciennes
- **Collaborer** avec des instances en charge de la conservation et de la biodiversité
- Pousser à la **structuration de l'offre de semences indigènes**
- Mettre au point les process de germination, la production de plants et les itinéraires techniques des plantes indigènes
- Assurer la multiplication de boutures de roses anciennes en nombre suffisant, via des multiplicateurs au besoin
- **Diffuser le savoir-faire** de production à un maximum de producteurs, en développant les accompagnements techniques et les transferts
- Prospecter les marchés et promouvoir l'offre constituée
- Etudier la possibilité de **créer une structure relais** en Europe pour acclimater et promouvoir la production réunionnaise exportée
- **Former** les utilisateurs finaux à l'entretien des plantes indigènes et des roses anciennes
- **Communiquer** vers le grand public sur ces opérations





3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS DEVELOPPEMENT DE LA PROTECTION BIOLOGIQUE INTEGREE (Action 2.2)

Etude financée par :



- **Sensibiliser et convaincre** un maximum de producteurs de plantes en pots et de fleurs coupées aux avantages de la PBI pour réduire l'utilisation de produits phytosanitaires à l'échelle du département
- **Rendre autonomes les exploitations suivies**, le technicien PBI devant devenir à terme un expert en conseil à distance avec des déplacements chez un plus grand nombre de producteurs.
- Nommer **1 référent PBI** dans chaque exploitation suivie en PBI par le technicien
- **Renforcer les moyens** alloués au développement de la PBI en horticulture
- Bien **se coordonner avec les techniciens PBI** maraichage à la COCCINELLE et à la FDGDON et avec les partenaires R&D à l'ARMEFLHOR et au CIRAD



- **Organiser des formations spécialisées** : observation et identification des insectes, reconnaissance des symptômes, distinction des larves et insectes auxiliaires des larves et insectes ravageurs dans les exploitations, gestion des marches en avant et des transferts de plantes d'une serre à l'autre, formations pratiques avec des loupes pour prendre le temps d'observer sa culture pour anticiper et privilégier le préventif sur le curatif
- **Organiser des clubs de progrès** entre producteurs de plantes en pot et de fleurs coupées sur les exploitations pour échanger avec des producteurs qui ont mis en place la PBI avec succès
- **Impliquer les ouvriers agricoles** des exploitations suivies dans les gros travaux : planter des haies d'arbres et d'arbustes à auxiliaires, installer des réseaux d'irrigation, construire des cages de reproduction d'insectes auxiliaires
- **Prioriser le planning du technicien PBI UHPR** sur 8 horticulteurs visités par semaine, à raison d'une demi-journée par visite, et préserver le mercredi pour les tâches administratives au bureau, la rédaction de rapports, des livrables, des diaporamas de formation et de vulgarisation
- Une fois les producteurs pionniers bien formés (ce qui autorisera du conseil à distance), **convaincre de nouveaux producteurs d'intégrer le GIEE**, pour en faire bénéficier le plus grand nombre





3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS FORMATION (Action 2.3)

Etude financée par :



- **Développer les formations** horticoles des exploitants et des salariés agricoles
- **Former** des jeunes attirés vers l'horticulture et dont les compétences correspondent aux besoins des producteurs
- **Renforcer** la qualité, la présentation et l'homogénéité des produits horticoles pour faire évoluer la production vers les standards européens





- **Renforcer la formation initiale** des agriculteurs et des ouvriers agricoles :
  - Construire avec les établissements d'enseignement agricole les formations et contenus pédagogiques correspondant aux besoins techniques des producteurs
  - Renforcer les liens entre professionnels et élèves par des présentations et visites d'entreprises, accueil de stagiaires ...
  - Ouvrir une classe de BTS Production Horticole sur le Lycée Agricole de Saint Joseph dès août 2022.
- **Développer les formations continues** financées par VIVEA et FAFSEA sur des thèmes spécifiques (liste non exhaustive) et dans le cadre d'un programme annuel de formation avec dates et lieux :
  - Maîtrise sanitaire et alternatives aux traitements chimiques
  - Reconnaissance des maladies, pathogènes et auxiliaires
  - Substrats et fertilisation
  - Standards de qualité
  - Planification de la production
  - Optimisation gestion de l'eau
  - PAPAM et indigènes : règles de traçabilité et d'innocuité



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS STRUCTURATION COLLECTIVE (Action 3.1)

Etude financée par :



- Créer un climat de **confiance** entre les partenaires d'encadrement de la filière
- **Susciter et accompagner la dynamique de filière** nécessaire à la réussite du projet stratégique
- **Associer** un maximum de producteurs au développement collectif de la filière (UHPR, GFS, GPFP, indépendants...)
- Confirmer des principes de complémentarité validés dans le diagnostic précédent entre les structures au service des horticulteurs (Chambre d'agriculture, Armeflhor, UHPR,...)



- Mettre en place une **commission horticole** ou un COPIL (Chambre d'agriculture, Armeflhor, UHPR, DAAF, Département, GFS, UNEP...) sur l'évolution de la filière et les avancées du projet stratégique sectoriel qui se réunisse tous les 3 à 6 mois, à l'initiative de la Chambre d'agriculture
- Constituer des **commissions représentatives** des différentes typologies de producteurs (segmentation marché) et des groupes de travail collaboratifs par thème d'action (cahier des charges qualité, adaptation au marché, plantes indigènes, export...)
- Commencer avec quelques partenaires motivés, puis essaimer au sein de la filière
- **Mobiliser le maximum de producteurs autour du projet stratégique** : politique d'information, au-delà des adhérents UHPR, sur les actions prévues ou en cours et les succès, encourager les remontées terrain et la participation aux groupes de travail, consolider le nombre d'adhérents et la représentativité de l'UHPR





3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITES LOCALES (Action 3.2)

Etude financée par :





- Etablir plus de **relations partenariales** entre les producteurs horticoles et les collectivités locales
- Bien **communiquer sur les marchés publics** et les appels à projets dans le secteur du végétal et du paysage
- Tracer des perspectives de collaboration à long terme
- Lier les enjeux de développement économique des horticulteurs privés aux enjeux d'**insertion sociale** des collectivités publiques



- Rencontrer les dirigeants de la SPL EDDEN avec les services du Département pour **mieux se connaître**
- Rencontrer les services espaces verts des communes pour bien comprendre leurs besoins et **expliquer les enjeux économiques des horticulteurs professionnels**
- Mettre en place des partenariats pour organiser des **salons et manifestations florales**
- Conclure des **contrats de culture**, notamment pour fournir des plantes indigènes et endémiques
- Inciter à la mise en place de contrôles de la police municipale sur les brocantes et les bords de route pour **limiter la concurrence déloyale** des vendeurs de plantes de l'économie informelle



3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS MUTUALISATION DES ACHATS (Action 3.3)

Etude financée par :



- Réduire les charges de l'exploitation et les coûts de production en favorisant **l'achat groupé d'intrants**.
- Encourager au **regroupement des producteurs** pour mieux peser dans les négociations avec les fournisseurs
- Utiliser le positionnement régional de l'UHPR pour **légitimer une démarche collective**



- Former un premier **groupe de travail de producteurs** solidaires entre eux et attribuer des rôles de prospection et de négociation pour le groupe
- **Cibler les fournisseurs** concernés (fournisseurs de pots, de supports de culture, d'intrants phyto, de semences, de matériel, de serres, mais aussi les fournisseurs de services comme les banques, assurances, comptables...)
- Obtenir un **référencement de l'UHPR** auprès de fournisseurs nationaux et locaux et négocier des réductions collectives pour les adhérents (pots et substrats dans un premier temps)
- Evaluer la possibilité **de s'associer avec un groupement national** pour les achats
- **Se grouper pour la logistique transport** pour mutualiser les coûts d'approche, dans un contexte de renchérissement du fret logistique







3A CONSEIL  
Janvier à Juin  
2021

# RECOMMANDATIONS INTERPROFESSION (Action 3.4)

Etude financée par :



- Réunir producteurs (UHPR, Chambre), acheteurs (fleuristes, jardinerie, distribution) et acteurs du paysage (Objectif paysage, UNEP) pour mieux répondre aux besoins du marché et **promouvoir une politique de filière**.
- **Renforcer la cohésion** et l'action interprofessionnelle au sein de la filière horticole
- **Favoriser les relations entre l'amont et l'aval** de la filière :
  - Distribution jardinerie (gamme, qualité, volumes, planification, temps forts annuels)
  - Réseau de fleuristes (gamme, qualité, volumes, livraisons, temps forts annuels)
  - Paysage : UNEP, (promouvoir les usages du végétal en ville, plantes invasives, plantes endémiques,...)
- Crédibiliser une démarche économique collective vis-à-vis des acheteurs et des pouvoirs publics
- Développer les ventes de la production locale et diminuer l'importation de produits végétaux extérieurs
- Obtenir de nouveaux financements privés liés aux cotisations

- S'inspirer de l'interprofession VAL'HOR au niveau national, mais sans s'y rattacher juridiquement car les fleuristes, horticulteurs et paysagistes locaux ne sont pas affiliés à leurs structures nationales.
- Pour **mettre en place un accord local réunionnais** il faut :
  - Obtenir la validation du Conseil supérieur d'orientation et de coordination de l'économie agricole et alimentaire (CSO)
  - Obtenir le soutien de Val'hor pour la phase préparatoire au montage (frais d'avocat notamment).
  - Signer un accord interprofessionnel
  - Lever des cotisations volontaires obligatoires (CVO) via l'URSAFF, avec l'appui des pouvoirs publics, à condition d'être suffisamment représentatifs
  - Communiquer largement, préparer les acteurs concernés au mieux, leur proposer un programme, expliquer les raisons de la mise en place d'une interprofession sur La Réunion : pourquoi et qu'est-ce qu'on peut faire ensemble ?
  - Établir une présidence annuelle tournante et obtenir des financements publics dédiés.





# Conclusions

Etude financée par :



160



- Lors de la présente étude, nous avons travaillé sur des solutions favorisant l'import - substitution, pour permettre aux productions locales de **reconquérir les parts de marché perdues** ces dernières années face à l'importation, afin de développer la production réunionnaise et donc l'emploi local.
- Outre l'analyse des statistiques disponibles, nous avons **interrogés beaucoup d'acteurs de la filière** et notamment des commerçants représentatifs des différentes typologies de distribution (jardineries, Libres services Agricoles, marchés, fleuristes, paysagistes et collectivités).
- Les fleurs et plantes ne rentrent pas dans le cadre de mesures de régulation de marché et sont soumises à la concurrence internationale. Le choix de développer telle ou telle gamme et de l'orienter vers le **marché local** ou des **marchés ciblés d'exportation** a donc été effectué avec une vision du positionnement concurrentiel de La Réunion par rapport à d'autres origines (Hollande, Maurice, Thaïlande, Afrique ...), afin de proposer des axes de développement viables.
- Les **gammes horticoles sont très larges** : fleurs coupées, plantes en pot, arbustes et feuillages pouvant avoir un usage ornemental, aromatique, condimentaire ou de génie végétal. Nous avons donc évalué les possibilités de production et de valorisation des différentes familles de végétaux sur un périmètre d'usages plus large que celui de l'horticulture d'ornement, pour ne laisser de côté aucune niche de développement.





- L'analyse de l'état des lieux, des opportunités de développement et de la volonté des acteurs, a permis de dégager les **axes du projet stratégique** de la filière horticole réunionnaise 2022-2027 tel qu'il est présenté dans cette étude.
- Ces axes ont ensuite été déclinés en un **plan d'actions** réaliste et en fiches actions détaillées.
- Les **dynamiques et structures collectives** à mettre en œuvre sont essentielles pour renforcer la capacité de résistance des productions réunionnaises à la concurrence et pour le développement de nouveaux débouchés compétitifs.
- Cela passe par des mesures concrètes, mais aussi par une contribution à faire naître de **nouvelles solidarités**, ainsi qu'une reconnaissance de la force du projet collectif.



3A CONSEIL  
Septembre  
2021 à  
février 2022

# Annexes et Bibliographie

Etude financée par :



163



- Comptes rendus des 3 COPIL
- Feuilles de présence aux différents COPIL
- Feuilles de présence aux ateliers producteurs, fleuristes, structures.
- Les actions de l'UHPR, 2p., UHPR, 2020
- Plan de relance post-covid, 12p., UNEP, 2020
- Rencontre UHPR - Présentation des activités, perspectives de collaboration, 17p., ANSES, 2021
- Les cotisations volontaires obligatoires prélevées par les interprofessions agricoles, 38p., Cour des comptes, 2006
- Note d'orientation stratégique programme départemental de plantations à grande échelle d'espèces indigènes et endémiques de la réunion - 1 million d'arbres plantés en 2024, 5p., ARMEFLHOR, 2020
- Stratégie UHPR 2021, 1p., UHPR, 2020
- Développement UNEP Outre-Mer, Etat des prospections, abonnements et prospects, 8p., UNEP, 2021



- Bulletin d'information N° 12 - Juillet à décembre 2020, 8p., UHPR, 2020
- Newsletter en quête de vert du 1<sup>er</sup> juillet 2021, 3p., VAL'HOR, 2021
- Relevé de conclusions de la réunion d'échanges sur l'activité de la fleuristerie le 2 juin 2020, 2p., 2020
- Note pour Groupe local ODEADOM, 3p., UHPR, 2021
- Réunion Stratégie 2021, notes de réunions, UHPR, 2020
- Sujets stratégiques UHPR (hors PO Département), 1p., 2020
- Courrier Le salon du jardin, *REF PF/D20.15*, 1p., UHPR, 2020
- CR rencontre avec Val'hor, 2p., UNEP, 2021
- CR réunion de bureau, 2p., UNEP, 2021
- Décision de la Directrice Générale de FRANCEAGRIMER, 12p., FRANCEAGRIMER, 2020
- Arguments bienfaits du végétal, 2p., Innovations info, 2020







Mission réalisée par Renaud Bourjea,  
Hervé Charlanes, Karim Tatard, Séverine Turpin et Marie Bellay  
Septembre 2021 - février 2022

3A CONSEIL - 6 rue Jean Cocteau - 97490 Sainte Clotilde  
0692953798 - SIREN 830 872 149 - [www.3aoverseas.com](http://www.3aoverseas.com)  
[renaud.bourjea@3aoverseas.com](mailto:renaud.bourjea@3aoverseas.com)