



Les Rencontres du
Végétal

9^e
édition

2017
16 & 17 janvier

AGROCAMPUS OUEST
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE
EXPÉRIMENTATION
INNOVATION

Fruits
Légumes
Ornement
Plantes aromatiques
et médicinales
Semences
Cidriculture
Viticulture
Paysage

Création de gammes de végétaux en fonction de leurs usages pour répondre aux attentes des consommateurs

Projet « Créa'Gam »

Anne-Laure LAROCHE
ASTREDHOR



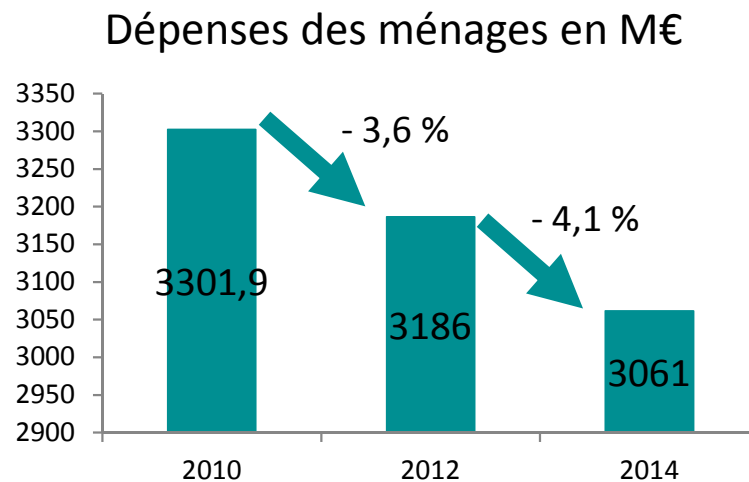
Financé par



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT

CONTEXTE

Le marché du végétal d'ornement se tasse
Les attentes des consommateurs évoluent



Source VAL'HOR, FranceAgriMer données 2014

De moins en moins de connaissances sur les végétaux

➔ classifications botaniques « classiques » moins pertinentes ?

De nouvelles attentes, de nouvelles façons d'utiliser les végétaux

Vous pensez que les gens achètent des plantes, mais ce n'est pas le cas*

*Van der Ploeg R, 2016. If you think people are buying plants, they are not.
www.FloraCultureInternational.com. Mars 2016. p10

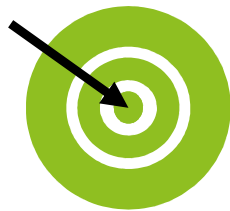
CRÉATION DE GAMMES DE VÉGÉTAUX EN FONCTION DE LEURS USAGES POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Plan de l'intervention

1. Objectifs du projet
2. Démarche
3. Premiers résultats

TROIS OBJECTIFS

- Disposer d'une meilleure connaissance des attentes et des besoins des consommateurs
- Définir des gammes de végétaux en fonction des usages et besoins des consommateurs
- Valoriser ces informations auprès des acteurs de la filière



Cible : produits à destination des intérieurs et extérieurs chez les particuliers



Attentes
Usages

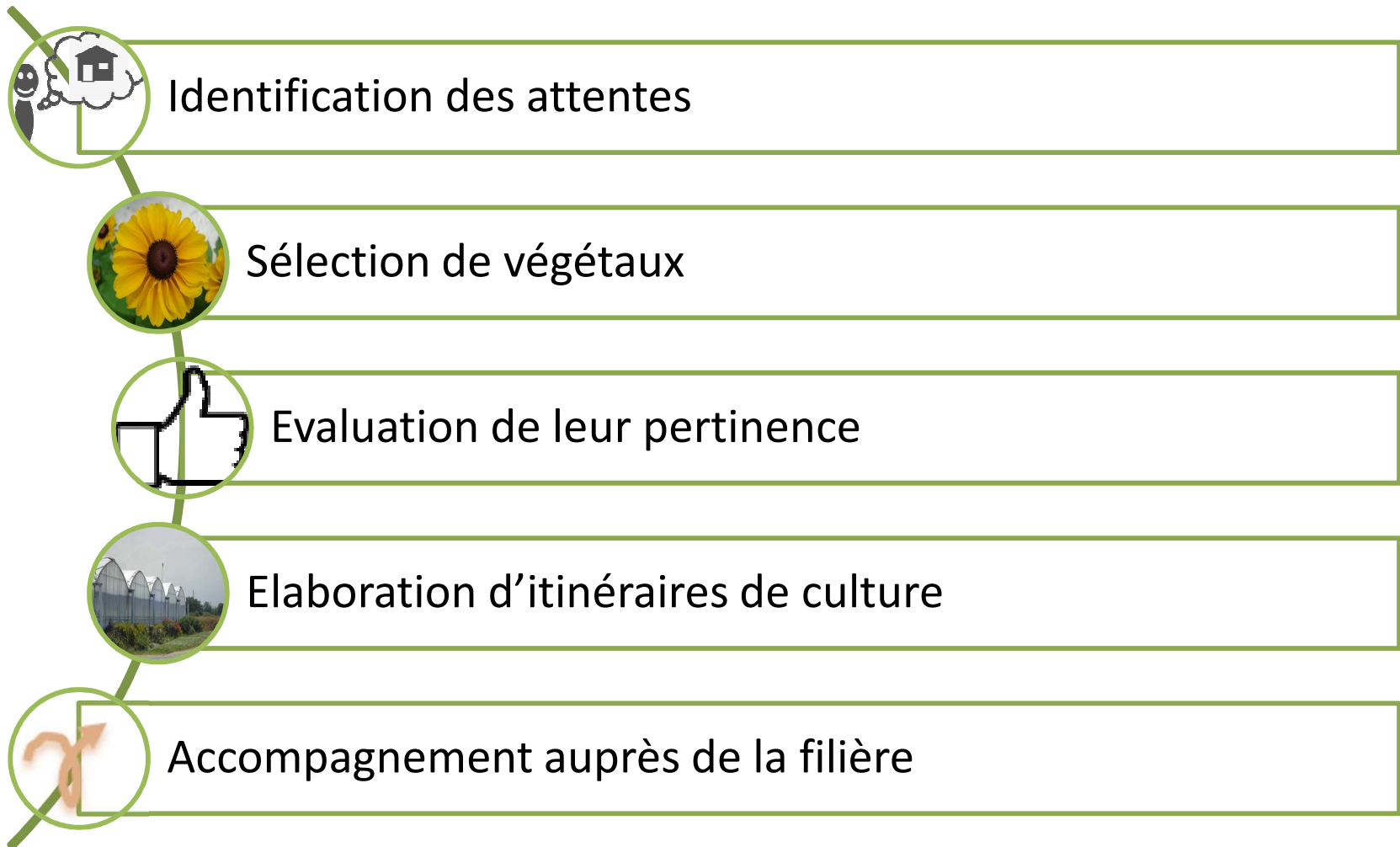


Quels
végétaux ?

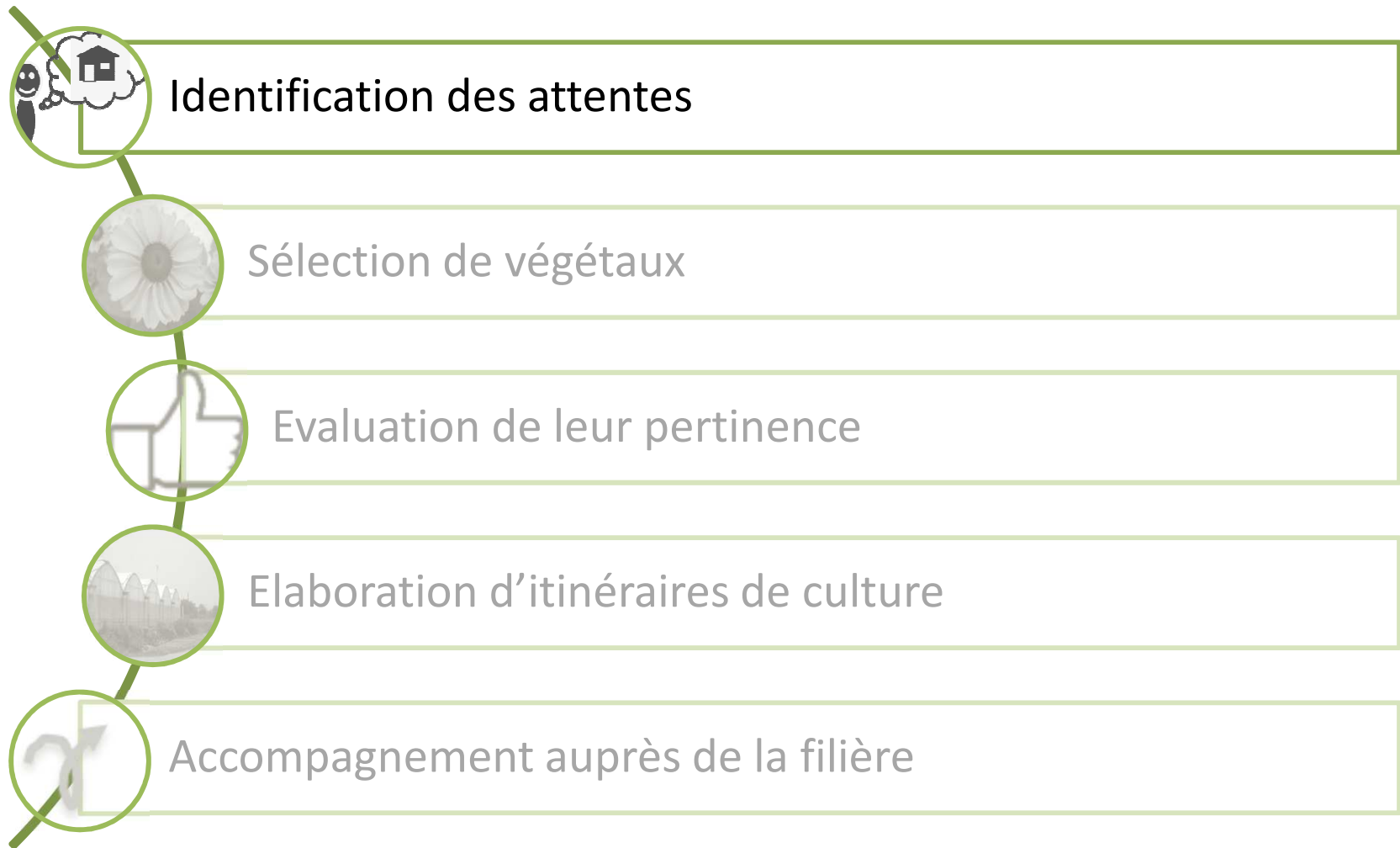


DÉMARCHE

Un projet sur 3 ans : 2016-2018



DÉMARCHE



DÉMARCHE

1. Identification des attentes des consommateurs

Objectifs :

- Décrire les attentes des consommateurs et les usages qu'ils font des plantes
- Décrire les caractéristiques de ces attentes (segment de marché, type d'espace, type de consommateur visé, *etc.*)

Méthode :

- Un groupe **d'experts « consommateurs »** : VAL'HOR, Horticulteurs et Pépiniéristes de France, PROMOJARDIN, SNHF, UNEP, Jardineries, Medioflor, ASTREDHOR
- Synthèse bibliographique

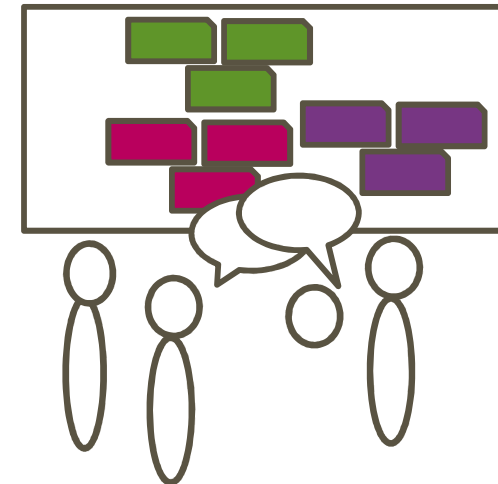
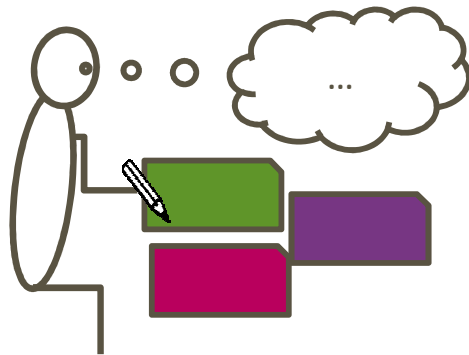


Construction d'une « carte » des attentes et des usages

Juin 2016

Question posée :

Quels usages les consommateurs attendent-ils des végétaux ?



DÉMARCHE

Hiérarchisation des attentes identifiées

sept. 2016

Critères

- « **Débouché** »: cette attente répond-elle à un large besoin des consommateurs ?
- « **L'existant** » : d'après votre connaissance de l'offre existante, cette gamme est-elle déjà répandue dans les points de vente actuels ?

Note sur critère 1

+

Note sur critère 2

+

Avis d'experts

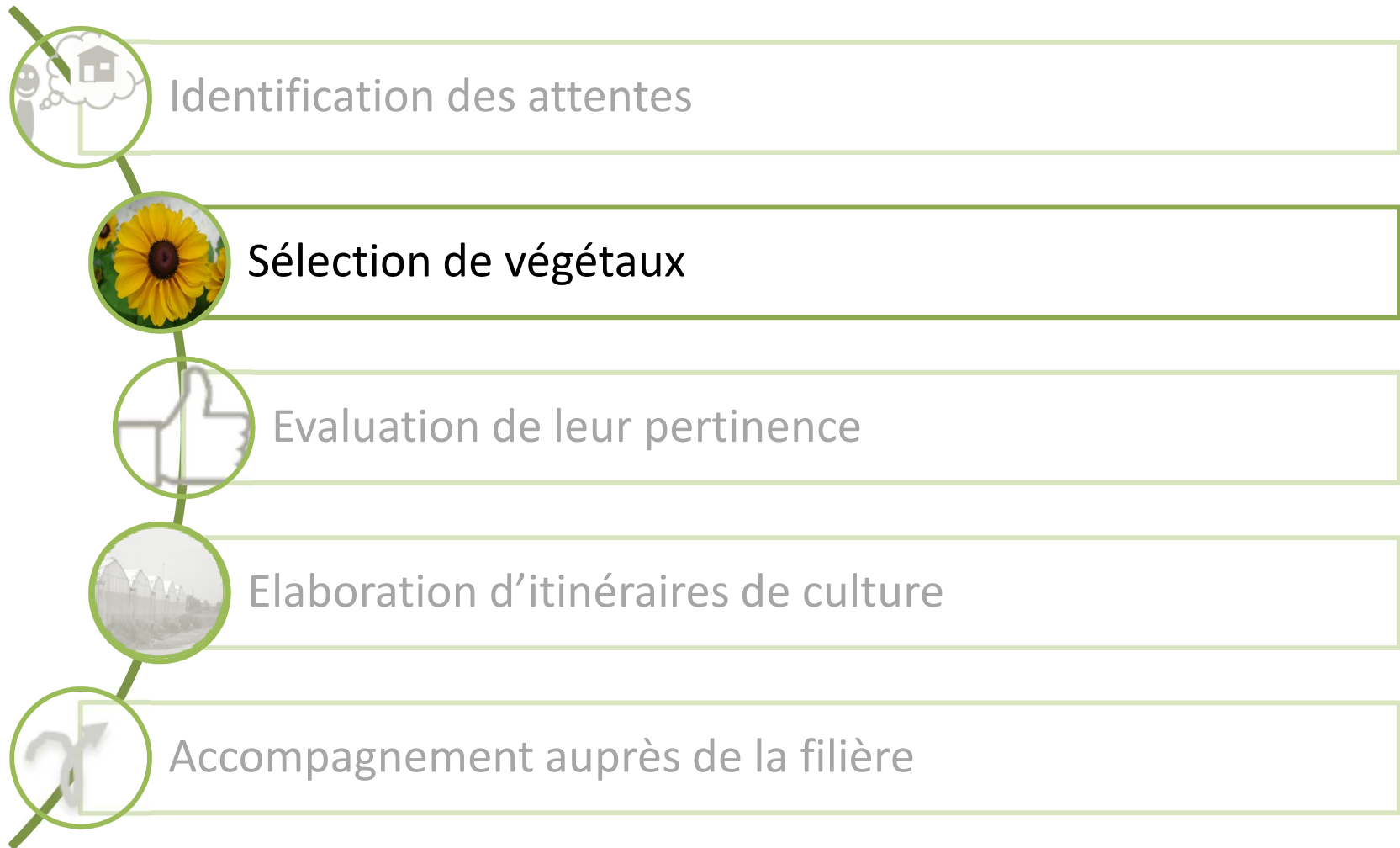


=

Hiérarchisation

DÉMARCHE

Un projet sur 3 ans



DÉMARCHE

Sélection de végétaux répondant aux attentes et usages

En cours

Objectif

Trouver des végétaux qui correspondent aux usages identifiés, qui répondent aux attentes

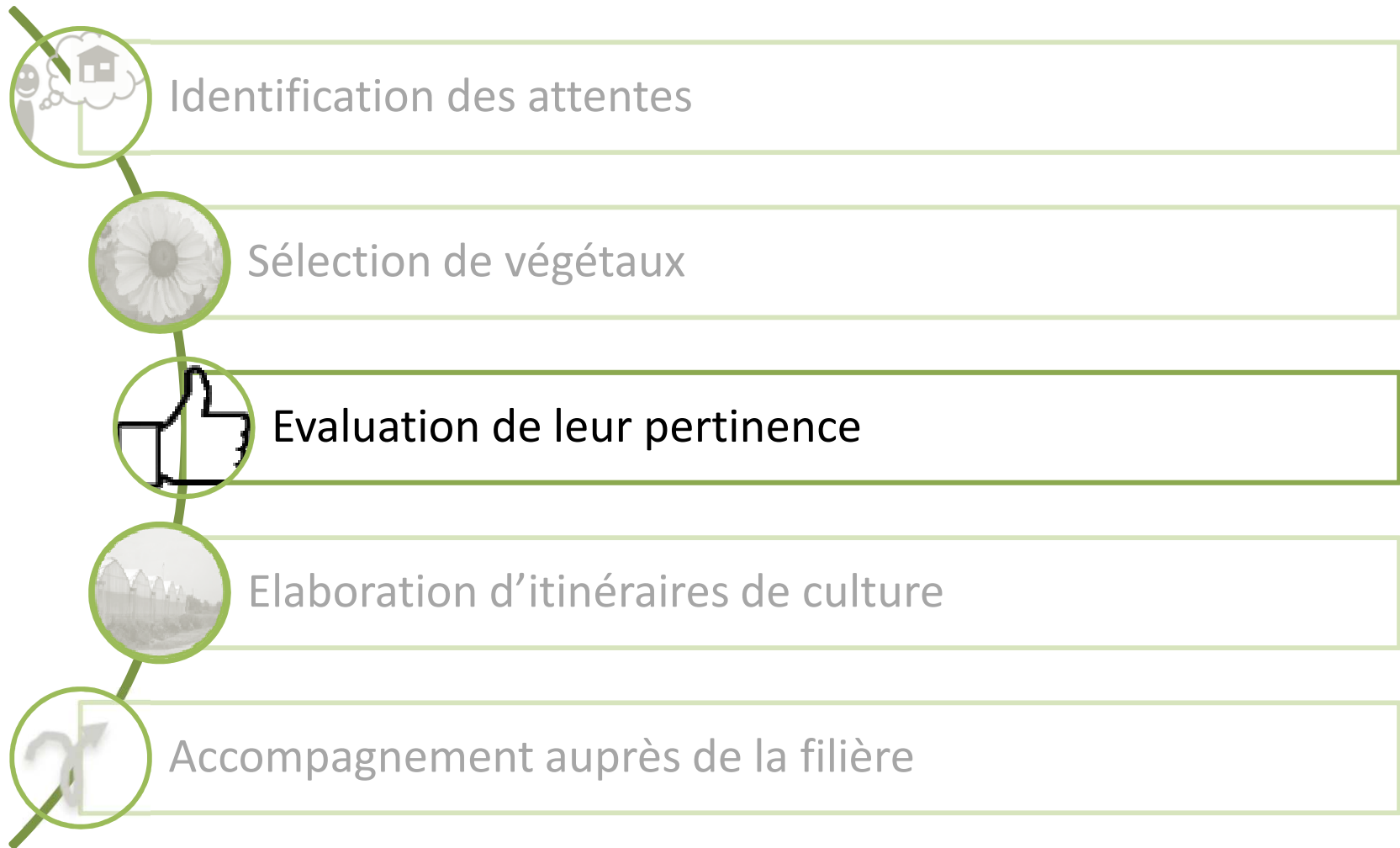
Méthode

Enquête auprès d'experts végétaux :

- Horticulteurs, pépiniéristes sélectionnés par les stations ASTREDHOR
- Experts hors production



DÉMARCHE



DÉMARCHE

2017-2018

Evaluation de la pertinence des « gammes »

- Enquête auprès des partenaires professionnels

Objectif

- Ce type de gamme est-il déjà proposé ?
- Intérêt d'un point de vue commercial pour le circuit de distribution
- Pertinence des végétaux sélectionnés et des associations de végétaux

Méthode : enquête par email

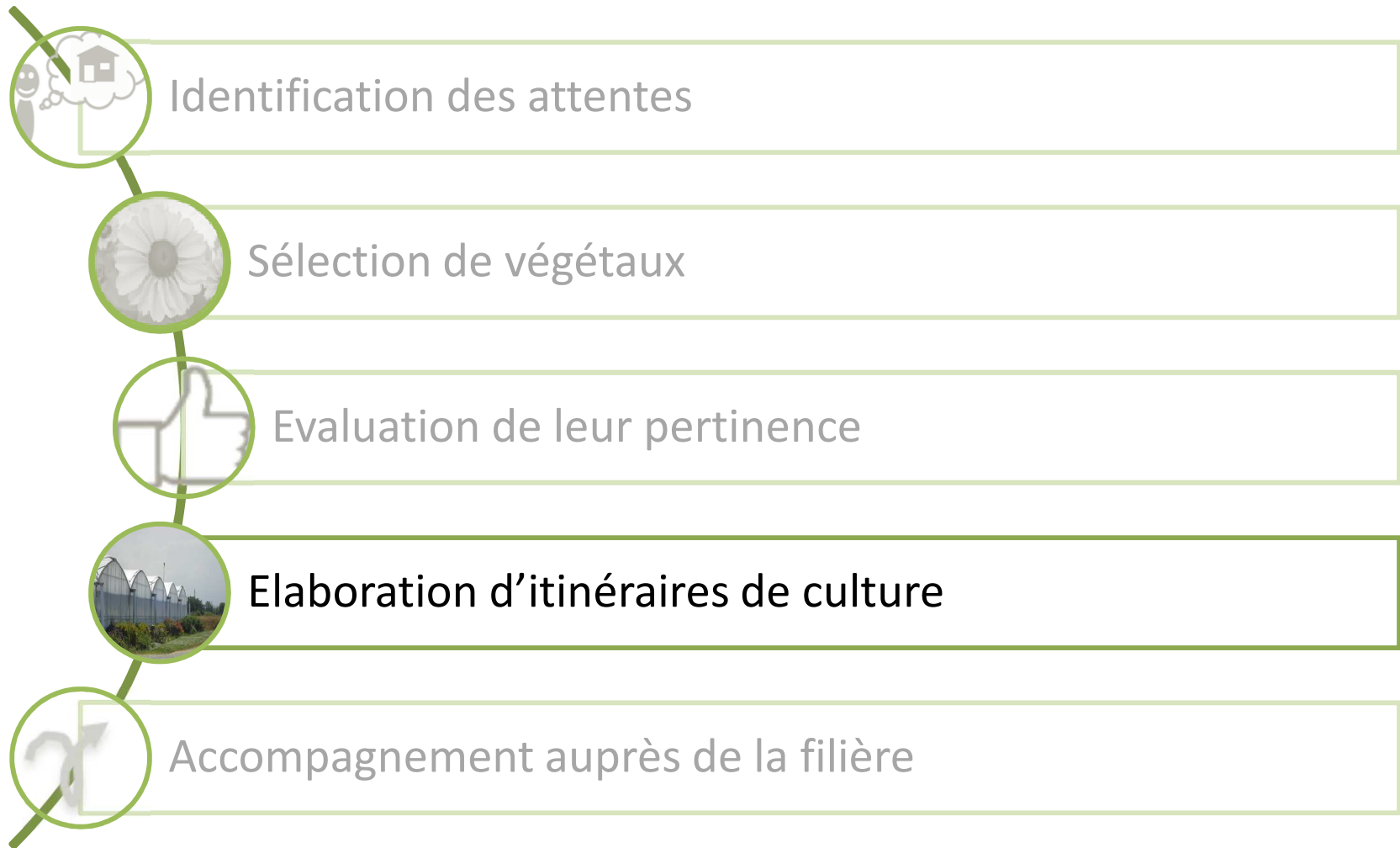
- Enquête consommateurs

Objectif : évaluer l'intérêt du consommateur pour chaque gamme

Méthode : mise en situation sur le lieu de vente



DÉMARCHE



DÉMARCHE

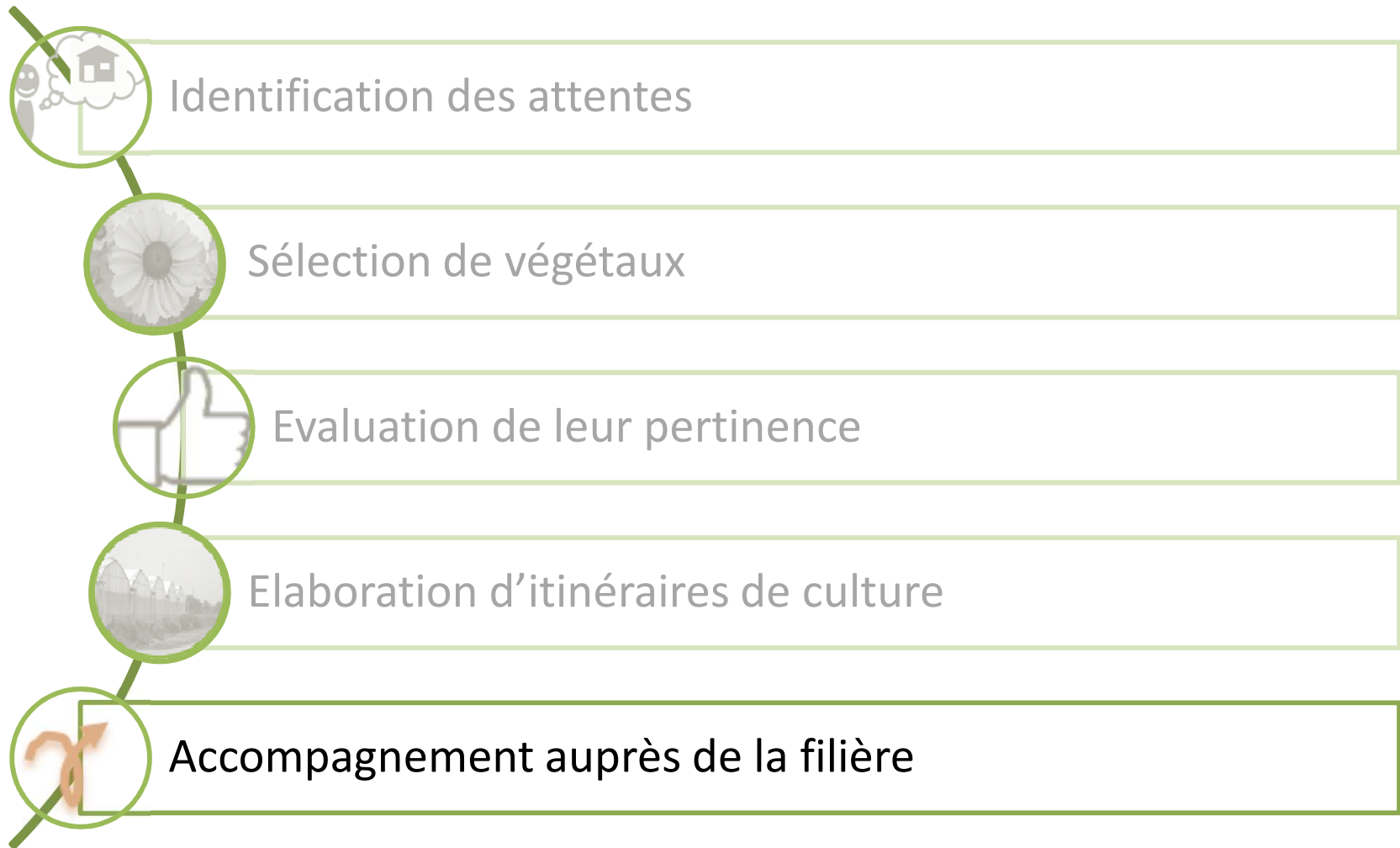
2017-2018

Elaboration d'itinéraires de culture pour les végétaux peu connus

- Vérifier que les végétaux peu connus correspondent bien aux exigences
 - en culture de production
 - en jardin d'essai
- Préciser un itinéraire de culture pour répondre à ce qui est attendu en termes de qualité et de présentation
- Evaluer leur comportement en association



DÉMARCHE



DÉMARCHE

2017-2018

Développement d'outils et accompagnement auprès de la filière

- Valoriser le travail réalisé auprès de la filière en utilisant différents canaux de communication (*à affiner au regard des résultats*)
 - réalisation de « Fiches » pour chaque gamme disponibles en « print » et PDF :
 - Argumentaires
 - Conseils de jardinage
 - Histoire (« story-telling »)
 - etc.*
 - communication presse (communiqué)
 - infographie de présentation
 - sur les sites internet d'ASTREDHOR et des partenaires
 - réseaux sociaux
 -



Merci pour votre attention !

Anne-Laure Laroche ASTREDHOR
Annelaure.laroche@astredhor.fr