



## La filière du rosier : structuration du marché, compétitivité et diffusion du produit. L'exemple des entreprises lyonnaises entre 1820 et 1939

**Nathalie FERRAND**

Université de Lyon - Institut des sciences de l'homme, 14 avenue Berthelot - 69 363  
Lyon cedex 07

**Orateur : Nathalie FERRAND**

Au cours du XIXe siècle s'affirme, sans équivoque, un groupe corporatif qui se caractérise par un fort dynamisme en termes de créativité et d'innovation. Profitant des conditions favorables à la croissance d'un nouveau marché, certains d'entre eux parviennent à mettre en œuvre des stratégies émancipatrices qui assurent la viabilité de l'exploitation sur le long terme.

La communication prévoit d'aborder les évolutions du marché du rosier entre 1820 et 1939 et de montrer comment une activité marginale, ignorée des statistiques officielles, se développe par l'intermédiaire d'un réseau commercial étendu<sup>1</sup>. Adossée à une analyse statistique fine, l'approche économique met en lumière le fonctionnement de cette filière artisanale, son évolution quantitative et qualitative et l'organisation d'un marché international, soutenu par un savoir-faire garant de la qualité du produit et du choix de l'acheteur. L'accent sera mis sur l'étroite corrélation entre le marché de l'offre et celui de la demande et sur les stratégies déployées par ces petites entreprises pour s'adapter à un marché de plus en plus concurrentiel. Les professionnels sont contraints d'être constamment compétitifs - en adoptant des pratiques commerciales relativement modernes - afin de répondre à une diversification variétale souhaitée par des amateurs en quête perpétuelle de nouveauté. Le panorama des acheteurs<sup>2</sup> et l'observation des pratiques de consommation témoignent de la manière dont chacun négocie sa place au niveau national et international et comment il parvient à la reconnaissance et à la légitimation de sa notoriété.

Les questions abordées s'interrogeront enfin sur les capacités d'adaptation des entreprises rosicoles face à la mondialisation qui implique une réorganisation de la politique commerciale et la mise en place de structures indépendantes où recherche, obtention des variétés nouvelles, médiatisation et services administratifs sont désormais dissociés.

<sup>1</sup> Il n'existe pas de statistique nationale ou régionale de la production de rosiers de jardin au XIXe siècle et début du XXe siècle : l'essentiel de la documentation concerne l'organisation commerciale et industrielle de la fleur coupée. Cette difficulté à appréhender le marché du rosier par le biais de statistiques publiques est révélatrice du caractère marginal de cette branche de l'horticulture, longtemps ignorée des relevés officiels. L'exploitation des archives conservées par les maisons horticolas lyonnaises - correspondance commerciale, livres de commandes et catalogues (avec la numérisation de 11 000 fiches catalogues et 22 000 fiches commandes) - m'a permis de cerner la recomposition des compétences et de dresser un état du marché et de la production avant les grandes transformations de la seconde moitié du XXe siècle.

<sup>2</sup> Effectué par catégorie sociale, localisation géographique, etc.

### **Abstract**

**The sector of the rose : market structure, competitiveness and product distribution. The example of Lyon's companies between 1820 and 1939**

*During the nineteenth (XIX) century a corporate group asserts itself unequivocally, it is characterized by strong dynamism in terms of creativity and innovation. Taking advantage of favorable conditions for the growth of a new market, some of them manage to implement emancipatory strategies which ensure the viability of the company in the long term.*

*This communication plans to address developments in the market rose between 1820 and 1939 and show how a marginal activity, ignored by official statistics, develops through an extensive sales network<sup>1</sup>. Backed by a fine statistical analysis, the economic approach highlights the functioning of this artisanal industry, the quantitative and qualitative evolution and organization of an international market, supported by an expertise guarantying the*

quality of the product and buyer's choice. The focus will be on the close correlation between market supply and the demand and on the strategies deployed by these small businesses to adapt to a market increasingly competitive.

Professionals are forced to be constantly competitive - adopting relatively modern business practices - in order to meet a desired varietal diversification by amateurs in a perpetual quest for novelty. The panorama of buyers<sup>2</sup> and the observation of consumption practices reflect how each company negotiates its place at national and international level, and how they manage to recognize and legitimize their reputation. The issues discussed finally, will wonder about the abilities of companies specialized in roses to face globalization which implies a reorganization of trade policy and the establishment of independent structures where research, obtaining new varieties, media and administrative services are now dissociated.

---

<sup>1</sup> There are no national or regional statistics on garden roses production in the nineteenth and early twentieth century: most of the literature concerns the commercial and industrial organization of cut roses. The difficulty in assessing the rose market through public statistics reveals the marginal nature of this branch of horticulture, ignored during a long time on official transcripts. The exploitation of archives kept by horticultural houses Lyon - business correspondence, order books and catalogs (with the digitization of 11,000 catalogs' sheets and 22,000 commands' sheet) - allowed me to understand the recomposition of skills and to draw up an inventory of the market conditions and production before the great transformations of the second half of the twentieth century.

<sup>2</sup> Done by social class, geographic location, etc.