

**A.R.M.E.F.LHOR**  
1, rue du Presbytère  
97410 ST PIERRE  
Tel : 0-262-96-22-60  
Fax : 0-262-96-22-61

**SYNDICAT DES  
HORTICULTEURS  
ET PEPINIERISTES**  
C/O Alain Roumagnac  
Le Grand Pourpier. BP 6  
97861 ST PAUL CEDEX  
Tel : 0-262-22-65-32  
Fax : 0-262-45-67-63



**ETUDE DE LA FILIERE  
HORTICOLE REUNIONNAISE EN 2000**

**Résumé**

Partenaire de cette action :



**DE BAILLIENCOURT FREDERIC**

**JANVIER 2000**

Du fait des transformations importantes ayant eu lieu dernièrement au sein de la filière horticole réunionnaise, le Syndicat des horticulteurs a sollicité l'ARMEFLHOR afin de réaliser un véritable **point de situation** en 2000 : production, importations, distribution, formation et insertion en horticulture d'ornement. Le dernier état des lieux de la production horticole de l'île date de 1994 (Chambre d'Agriculture), depuis aucun travail synthétique n'a été fait sauf une étude spécifique en vue de la création du marché aux fleurs de St Pierre en 1997. Il convient alors de **réactualiser les données existantes**, afin de mieux orienter les horticulteurs nouvellement installés, et pour disposer d'éléments plus précis sur la filière.

## PARTIE 1 : LA PRODUCTION HORTICOLE REUNIONNAISE EN 2000

L'horticulture ornementale est **peu représentative de l'agriculture réunionnaise** : seulement 320 exploitants déclarés sur environ 15.000 agriculteurs, 160 ha estimés sur 48.000 au total. Par contre cette activité génère un **chiffre d'affaires important** : entre 100 et 125 millions de francs soit ¼ du chiffre d'affaires de la canne à sucre.

### *1°) Une filière jeune au développement progressif*

Le **développement** de la filière horticole de l'île s'est fait **progressivement, à partir des années 1960** où un petit groupe d'entreprises spécialisées commença à s'installer. Depuis, le nombre d'horticulteurs installés a augmenté régulièrement, que ce soit pour la plante en pot, la fleur coupée ou la pépinière. Le nombre de producteurs de fleurettes est difficile à évaluer, on remarque une tendance à la baisse en 1997, confirmée en 2000 (voir tableau 1-1 ci-contre).

Parallèlement à cette évolution on assiste à une « **professionnalisation** » **lente et difficile de la filière** (tableau 1-2 ci-contre). Aujourd'hui les **horticulteurs** réunionnais sont encore très **indépendants** et peu organisés entre eux, en raison du caractère spéculatif de cette production qui encourage à l'individualisme. C'est une des principales causes de l'échec des différentes tentatives de regroupement des cinq dernières années : S.E.M.E.X., G.I.E. Fleurs&Plantes de la Réunion, etc. Mais ce n'est pas la seule : les syndicats, tel celui des **horticulteurs, manquent de moyens** et ne peuvent donc pas appliquer de programme d'actions concret.

### *2°) Etat des lieux de la production horticole en 2000*

#### La production horticole : plantes en pot, fleurs coupées, plantes de pépinière

Des **enquêtes de terrain** ont été réalisées de **Juillet à Septembre 2000**, et exploitées au moyen d'un logiciel statistique : Statgraphics 3.0. Elles nous ont permis de recenser **122 exploitants en horticulture** (105 ont été enquêtés) : 85 horticulteurs spécialisés ne produisant que des plantes en pot, fleurs coupées, ou arbres&arbustes de pépinière, 34 producteurs polyvalents qui font surtout de la fleur coupée, et 3 autres producteurs ayant suspendu leur activité. On estime par ailleurs qu'environ 20 autres petits horticulteurs en activité n'ont pas du tout été recensés, ce qui porterait le **nombre total d'exploitants existant à 140**.

On constate ainsi une **évolution importante de 1994 à 2000** : en 6 ans, le nombre de producteurs spécialisés identifié est passé de 50 à 85, et le nombre de producteurs polyvalents a beaucoup augmenté. Ceci est du essentiellement à la **création récente d'un grand nombre d'entreprises de taille réduite**, peu équipées, à caractère familial. La répartition des

exploitants recensés entre les différentes productions figure dans le tableau 1-3 ci-contre et dans le graphique 1-1 ci-après.

### La production de fleurettes

On estime le nombre de **producteurs de fleurettes déclarés** à **180** selon les données AMEXA de 2000. 50 d'entre eux ont été enquêtés ce qui a permis de reconstituer un panel représentatif de la production. Les exploitants sont situés sur plusieurs bassins de production : hauts de Ste Marie (50), de St Paul (30), du Tampon (60), cirques et autres zones (40).

### Surface et chiffre d'affaires des exploitants (tableaux 1-4 et 1-5 ci-contre)

Les 105 horticulteurs enquêtés représentent **79 ha exploités** : **10,2 ha** pour la **plante en pot** (dont 1,5 ha de plantes aquatiques), **22,8 ha** pour la **pépinière** ornementale, et **45 ha** pour la **fleur coupée**. Par ailleurs on estime à environ 9 ha la surface exploitée par les producteurs non visités, ce qui porterait le **nombre total d'hectares exploités** en horticulture à **88**. On note ainsi une évolution par rapport à 1994 (48 ha) et 1997 (70 ha). Les producteurs de fleurettes exploitent quant à eux une surface estimée à 70 ha, majoritairement en plein champ.

Le chiffre d'affaires calculé pour 2000 est de **75 millions de francs\*** pour les **105 exploitants enquêtés**. Pour l'**ensemble des producteurs horticoles recensés**, on l'estime à **90 millions de francs\*** (\*plantes aquatiques non comprises). Cette estimation ne correspond pas à celles des précédents états des lieux de la filière. Elle est en effet **en dessous de la réalité**, car les exploitants ne nous ont pas toujours communiqué tous leurs revenus. Les producteurs de fleurettes représenteraient quant à eux **15 millions de francs** de productions déclarées.

**L'horticulture réunionnaise est donc constituée de deux grandes sous filières** : les producteurs horticoles spécialisés et polyvalents, et les producteurs de fleurettes. Elle représente en 2000 environ **320 producteurs** déclarés (140 horticulture - 122 recensés - dont 2/3 spécialisés et 1/3 polyvalents ; 180 fleurettes), **160 ha exploités** (90 horticulture et 70 fleurettes), et un chiffre d'affaires avoisinant les 105 millions de francs (90 horticulture et 15 fleurettes). Ce dernier chiffre est toutefois sous-estimé.

### *3°) Caractéristiques de la production horticole (plantes en pot, fleurs coupées, pépinière)*

#### Répartition géographique

Les 105 **entreprises horticoles** enquêtées sont situées dans le Sud, puis dans le Nord et l'Ouest de l'île. **Chaque « catégorie » d'entreprise n'est pas également répartie** sur l'île : 2 producteurs de **plantes en pot** sur 3 sont implantés **dans le Sud** ; 1 **pépinière d'ornement** sur 2 est située dans l'**Ouest** ; les exploitations en **fleurs coupées** sont surtout installées dans le **Sud** (1 producteur sur 3), le **Nord** (1 sur 4) pour les fleurs tempérées, et l'**Est** (1 sur 4) pour les fleurs tropicales. La répartition géographique des surfaces des exploitations enquêtées en fonction des modes d'exploitation, est indiquée sur le tableau 1-6 page suivante.

#### Profil des exploitations

**92,5 % des horticulteurs** enquêtés exercent une **activité de production à titre principal**. **11 % dirigent une autre entreprise** (jardinerie, fleuriste, etc.). Ils ont en général créé une **entreprise individuelle** (75%), où ils exploitent en majorité sur **un seul site d'exploitation** (76%), sur un terrain dont ils sont le plus souvent **propriétaires** (68,5%). Ils tiennent en général une comptabilité (78%), souvent avec un organisme extérieur ou expert comptable

(58%). Enfin, leur **chiffre d'affaire moyen semble progresser** peu à peu de 1998 à 2000 même si la situation des entreprises est partagée.

### Profil des exploitants

Les horticulteurs réunionnais sont **assez jeunes** : 2/3 ont moins de 45 ans, ils exploitent la moitié de la surface utilisée. **Un exploitant sur cinq est une femme**. Enfin, **1/3 des exploitants sont diplômés**, en particulier les pépiniéristes ; **4 exploitants sur 10** ont bénéficié de sessions de **formation continue** (irrigation), surtout ceux de fleurs coupées.

### Moyens de production

La floriculture réunionnaise emploie **420 personnes (2/3 de permanents)**, soit en **moyenne 4 actifs par exploitation** et **1 personne pour 1900 m<sup>2</sup>**. Ceci illustre bien le **poids social important** de cette spécialisation et son **caractère productif**.

**36% des entreprises seulement ont dans leur effectif des salariés formés** spécifiquement au travail dans le milieu agricole ou horticole. La plupart n'ont qu'un quart de leurs salariés formés, moins d'une entreprise sur dix a tous ses salariés formés.

Les surfaces d'exploitation se répartissent entre **4 ha sous serre** (majorité plante en pot), **7,5 ha sous tunnel** (majorité fleurs tempérées), **17 ha sous ombrière** (majorité fleurs tropicales : Anthurium et orchidées), **33 ha de pleine terre** (majorité fleurs tropicales de plein air), et **22 ha de plein air** (majorité pépinière).

Les exploitations sont **moyennement équipées** :

- 3 sur 5 possèdent un **hangar** utilisé pour le stockage ou la bouqueterie;
- 1 sur 5 seulement possède une **chambre froide** ;
- 90% disposent d'un **véhicule de livraison**, dont 65% qui n'en possèdent qu'un seul. 55% des exploitants ont moins de 10 m<sup>3</sup> de capacité de livraison. Enfin, aucune entreprise n'est équipée de camion frigorifique ;
- 3 exploitants sur 10 sont équipés d'**informatique** ;
- l'équipement en matériel d'**irrigation / fertilisation** figure dans le tableau 1-7 ;
- l'équipement spécifique (semoirs, rempoteuses, etc.) a peu progressé depuis 1994.

Le niveau d'avancement des exploitations reste inférieur à celui de la métropole. De nombreux **progrès restent à faire** en **capacité de stockage**, de **transport**, **informatisation**, **irrigation**, et **équipement spécifique**. Par ailleurs la **fourniture en jeunes plants** est encore **tributaire** de façon importante **de la métropole ou des pays étrangers**.

### Productions des exploitations

L'**inventaire des productions/ventes** de plantes en pot, plantes de pépinière, et fleurs coupées figure dans les graphiques 1-2 à 1-4. Il faut prendre ces données avec prudence :

- certains exploitants ne nous ont pas communiqué toutes leurs productions : c'est notamment le cas d'un gros producteur d'orchidées et d'un pépiniériste important ;
- les quantités de plantes en pot indiquées correspondent aux principales séries en production. Elles ne comprennent pas les petits lots, de volume non négligeable ;

- les quantités de fleurs coupées mentionnées correspondent au volume mis en production, le pourcentage de perte étant variable en fonction des espèces et des producteurs (10 à 20% en moyenne) ;

### Circuits de mise en vente

La **vente** des produits horticoles se fait avec au moins **deux interlocuteurs différents par producteur** : voir graphiques 1-5 à 1-7 ci-contre. Pour la **plante en pot** elle a surtout lieu dans les **foires horticoles**, sur l'**exploitation** ou dans les **jardineries**. Les **fleurs coupées** sont vendues en majorité aux **bazardiens** et sur les **marchés forains**. Pour la **pépinière**, les **sociétés de paysage** ou le **détail sur place** représentent l'essentiel des ventes.

La **vente en grandes surfaces et jardineries** concerne environ 1 exploitant sur 5, et se fait surtout par le biais du dépôt-vente, la pratique de l'achat ferme étant encore marginalisée. La **vente aux fleuristes** se fait surtout en achat ferme et concerne 1 producteur de fleurs sur 4.

Le courant export s'est réduit à **650.000 F/an** soit 0,7% du chiffre d'affaires horticole total.

### Perspectives d'avenir

**65%** des exploitants interrogés disent vouloir **augmenter leur production**. Cette proportion est la même qu'en 1994. Toutefois, un nombre important de producteurs signale une **situation difficile sur les marchés**, en particulier dans le domaine de la plante en pot où l'offre est importante, et aussi pour la fleur coupée car les circuits de vente sont peu structurés. Ainsi, un producteur sur quatre affirme vouloir se réorienter sur les différents marchés en 2000.

**1/5 des exploitants ont plus de 50 ans**. La succession est envisagée dans 18% des cas.

La volonté de développement des horticulteurs est forte : **3/5 veulent investir en 2001**.

### Problèmes soulevés par les horticulteurs

Les principales préoccupations des horticulteurs sont les suivantes :

- le **coût élevé de la main d'œuvre**, et la **rareté des personnes qualifiées** ;
- les **difficultés croissantes d'écoulement des produits** sur les marchés ;
- les difficultés d'**attribution des terrains**, et les problèmes de **disponibilité en eau**
- les **problèmes d'ordre technique**, et l'**appui insuffisant** à ce niveau par la Chambre d'Agriculture et les autres organismes d'encadrement ;
- la **méconnaissance des aides attribuables** et des procédures pour les obtenir ;
- la **concurrence déloyale** des exploitants travaillant « au noir » ;
- pour les **fleurs coupées**, l'**augmentation** significative des **importations** ;
- le **manque d'organisation de la filière**, et la mésentente entre producteurs.

### Opinions sur les perspectives de filière

83 exploitants enquêtés adoptent les positions suivantes :

- 62% des horticulteurs sont favorables à un **groupement pour l'achat en gros**, qui permettrait de résoudre certains problèmes d'approvisionnement et d'obtenir des prix avantageux. Toutefois, 42% des exploitants s'opposent à cette idée ;

- 58% des horticulteurs seraient favorables à la création d'un groupement, ou de plusieurs petites unités, pour **commercialiser les produits en commun**. Toutefois, beaucoup restent septiques, prenant comme exemples les échecs du passé ;
- Enfin, certains thèmes généraux fédèrent une majorité d'exploitants : groupe de réflexion/action sur la **promotion des produits horticoles** à la Réunion (76% de favorables), démarche de **labellisation des fleurs coupées** locales, projet de **normalisation des produits de pépinière**.

#### 4°) *Caractéristiques de la production de fleurettes*

##### Profil des exploitations

Les producteurs de fleurettes exercent pour la plupart leur activité à **titre secondaire**, en combinaison avec d'autres occupations professionnelles. Ils sont en général **propriétaires** de leur terrain (73,5%), exploitent souvent sur **un seul site** (88%), dans le cadre **d'une entreprise individuelle familiale souvent non « formalisée »**.

**70% des exploitants de fleurettes sont polyvalents**, ils pratiquent aussi des cultures maraîchères de plein champ, ou moins souvent la culture du géranium, de fruitiers, etc. (surtout dans les hauts de St Paul et du Tampon, moins à Sainte Marie).

**Le chiffre d'affaires de ces entreprises est en général inférieur à 100.000 F**. Un exploitant sur deux seulement réalise la majorité de son chiffre en fleurettes.

##### Profil des exploitants

La moyenne d'âge des exploitants en fleurettes est de **45 ans**. Souvent, ils n'ont pas suivi de formation initiale. 15% ont cependant bénéficié d'une formation continue (irrigation).

##### Moyens de production

Les entreprises emploient en moyenne **1,9 personnes** (chef d'exploitation; main d'œuvre occasionnelle et familiale) sur une **surface moyenne exploitée en fleurettes de 4000 m<sup>2</sup>** (graph 1-10). **1 exploitation sur 10 possède un tunnel**, de surface inférieure à 500 m<sup>2</sup> (50%).

Les exploitations sont **assez peu équipées** :

- une sur dix possède un **hangar de stockage ou de bouquetterie**, les autres utilisant des moyens personnels ;
- quasiment aucune ne possède de **chambre froide** ;
- 65% des exploitants possèdent un **véhicule de livraison** mais la plupart ont moins de 10 m<sup>3</sup> de capacité de livraison ;
- les exploitations sont **peu équipées** en matériel d'irrigation ou de fertilisation, et en réserves d'eau. Le problème de **disponibilité de l'eau** constitue du reste une préoccupation majeure des exploitants.

Enfin, la plupart des jeunes plants sont d'origine locale.

##### Les productions de fleurettes

Sur le graphique 1-11 figure une estimation de la **production de 140 exploitants de fleurettes**, faite à partir du panel de personnes interrogées (50 exploitants). Cette estimation nous semble être en dessous de la réalité, les exploitants ne nous ayant pas communiqué toutes leurs productions.

Circuits de vente des fleurettes : voir graphique 1-12 ci-avant.

A la lueur de ces données actualisées on ne peut que rappeler **l'importance non négligeable de la filière horticole réunionnaise à l'échelle du monde agricole** :

- un **chiffre d'affaires estimé de 100 à 125 millions de francs** (105 selon les enquêtes), soit environ ¼ de la valeur de la production de canne à sucre ;

- près de **900 personnes en production** (ne comprend pas les emplois saisonniers ponctuels), ce qui est loin d'être négligeable ;

- enfin, soulignons **l'impact de l'horticulture sur la vie quotidienne des réunionnais**, rendu assez important par des manifestations du type Flore&Halle, Florilèges, Floralies. Les consommateurs se sont fait leurs **habitudes d'achat de plantes et fleurs**..

## PARTIE 2 : LES IMPORTATIONS DE PRODUITS HORTICOLES A LA REUNION

En complément de ce travail d'état des lieux de la production nous avons réalisé un **bilan exhaustif des importations de fleurs coupées et de plantes en pot finies**. Nous avons ainsi fait l'analyse des flux d'importations de fleurs coupées de 1995 à 2000, ainsi qu'une étude détaillée de leurs variations mensuelles sur 1999. Nous avons également réalisé des enquêtes afin de caractériser au mieux les activités de chaque grossiste importateur réunionnais.

### *1°) Les importations de fleurs coupées de 1995 à 1999*

Les variations des importations des quatre principales espèces de fleurs depuis 1995 sont matérialisées dans les graphiques 2-1 et 2-2 ci-contre. On remarque :

- **la progression fulgurante des importations en 1999**. La quantité totale de tiges importée a été multipliée par 1,6 en 1 an, et avoisine les 8 millions, dont 6,5 millions pour les espèces principales : rose, chrysanthème, Anthurium, oeillet. Ceci est essentiellement dû à **l'augmentation du nombre de tiges de roses importées de 1998 à 1999**, de 2 à 4 millions. La quantité de tiges importée devient ainsi supérieure à la production locale : environ 6 millions de tiges en 1999 ;
- l'augmentation de la quantité de **roses** importées de 1995 à 1999 est principalement due à une **stagnation** et un **manque d'organisation de la production locale, face à une demande en augmentation régulière**. Par ailleurs, certaines **variétés de rose non produites localement** sont beaucoup importées ;
- **l'augmentation régulière du nombre de tiges d'Anthurium importées** de 1995 à 1999 est surtout due à l'introduction récente sur l'île de la **bactériose** (*Xanthomonas pv diffebachie*). Cette bactérie déprécie les tiges d'Anthurium qui ne sont ensuite plus commercialisables. Depuis son introduction, les **importations de jeunes plants** réacclimatés de Hollande sont **interdites**, et ce jusqu'à la mise au point par le SPV et le CIRAD de techniques fiables de détection (fin 2001). **La profession doit donc faire face à cette situation**, en confiant aux horticulteurs équipés de structures d'acclimatation la production des jeunes plants ;

- le nombre de tiges de chrysanthème importé se stabilise après un accroissement irrégulier de 1995 à 1998. Ceci est dû à l'**augmentation progressive de la production locale** ;
- on constate enfin une augmentation des importations d'œillet en 1999, suite une régression en 1998 (+ 49% de 1998 à 99). Cette situation s'explique par la **reprise de la demande locale, faible en 1998**. Certains importateurs ont probablement trouvé de meilleurs marchés, rendant l'importation de cette espèce plus rentable.

### 2°) Les importations de fleurs coupées en 1999

Le détail des fleurs importées en 1999 figure sur le graphique 2-3 et le tableau 2-1 ci-avant. La rose, l'Anthurium, le chrysanthème et l'œillet représentent à eux seuls 85% des importations, la rose 56%. On note **une augmentation remarquable des importations pour les espèces typiques de fleuristerie** (Gypsophile, Aster, etc.). Les importateurs répondent en effet à une demande croissante des fleuristes en produits de diversification.

Les tiges importées **proviennent en majorité du Kenya** : voir graphique 2-4 ci-contre.

Les variations mensuelles des importations de fleurs coupées sont matérialisées dans le tableau 2-2 ci-contre. **Les périodes d'importation les plus importantes sont Mai** (fête des mères, un million de tiges), **Décembre** (fêtes de fin d'année, 860.000 tiges), **Octobre** (Toussaint, 800.000 tiges), puis **Juillet** (mariages, 750.000 tiges), et **Avril** (Pâques : 700.000 tiges). **La période creuse se situe en début d'année** : Janvier, Février, Mars. Ces données confirment **l'importance des mois de manifestations à caractère traditionnel**, qui rassemblent à eux seuls 1/3 des importations (la moitié si on compte Juillet et Avril).

### 3°) Les importations de fleurs coupées en 2000

Les premières tendances observées permettent de supposer une **augmentation du nombre de tiges importées pour 2000**, mais qui reste faible : **+ 7,2% de 1999 à 2000 contre + 63% de 1998 à 1999**. **Les importateurs auraient progressivement trouvé un « rythme de croisière »** correspondant à leur capacité optimale de prise en charge.

### 4°) Les importations de plantes en pot en 1999

Voir graphique 2-5 ci-contre. Elles sont moindres en volume que pour les fleurs coupées mais néanmoins significatives, notamment concernant les orchidées (1/4 de la quantité vendue).

### 5°) Portrait des différents acteurs de la filière importation à la Réunion

Il existe **deux catégories d'importateurs** :

- **les « occasionnels »** : une enseigne de grandes surfaces ; quelques fleuristes ; certains horticulteurs (pour la plante en pot). Certains d'entre eux importent régulièrement. Ce type d'importateur représente environ **15% du volume global** ;
- **les grossistes**. Au nombre de 5 officiels (4 ont répondu à notre enquête), ils ont créé récemment leur entreprise. Leur chiffre d'affaires évolue lentement, malgré les difficultés de la profession.



Ces grossistes disposent en général de **moyens importants** : **aires de stockage** (moyenne de 150 m<sup>2</sup> de surface) ; **chambres froides** (moyenne de 90 m<sup>3</sup>) ; matériel de **livraison** (camions frigorifiques) ; **informatique**. Mais leurs moyens humains sont souvent limités. Ils **s'approvisionnent** en majorité à **l'étranger** (90%), et **revendent 40%** de fleurs **aux fleuristes, 15% aux G.M.S.** (une entreprise), **le reste étant distribué aux bazarriers, aux producteurs ou sur les marchés**. Ils ont su négocier des **prix d'achat intéressants** auprès de leurs fournisseurs, et peuvent donc revendre les tiges à bas prix ce qui concurrence les horticulteurs travaillant directement avec les fleuristes et les grandes surfaces.

Les grossistes déplorent le manque de cohésion entre producteurs, rendant impossible une fourniture locale régulière, alors que la demande est importante. **Ils pourraient jouer le rôle d'intermédiaires locaux** au lieu d'importer, mais les horticulteurs écoulent leurs produits sur le marché forain et aux bazarriers, et ne veulent pas abandonner ces circuits de vente plus avantageux. **Ainsi les grossistes prétendent avoir le projet d'acquérir leurs propres structures de production** afin de satisfaire la demande à moindre coût.

**La plupart des grossistes envisagent une progression lente** des importations l'an prochain, à la mesure de la demande, **mais pas une augmentation significative**.

### PARTIE 3 : LA DISTRIBUTION DES PRODUITS HORTICOLES A LA REUNION

Des enquêtes auprès des responsables de rayons ou de magasins ont été réalisées dans les grandes surfaces, jardinerie, et chez les fleuristes. L'objectif était de mettre en valeur **les caractéristiques générales de la vente et les modalités de son déroulement**. Nous avons obtenu peu d'informations sur la vente au détail, les marchés forains et la vente aux bazarriers

En complément de ce travail nous avons cherché à **actualiser les résultats des études de 1996 et 1998 sur le consommateur de fleurs et plantes** (lycée Roland Garros du Tampon). Nous avons ainsi installé un système de boîtes à suggestion dans les grandes surfaces et jardinerie de l'île, et confié des questionnaires aux fleuristes à poser à leurs clients. 500 consommateurs au total ont ainsi donné leur opinion.

#### *1°) La distribution des plantes et fleurs en grandes surfaces*

Cette pratique débuta il y a huit ans et ne cessa de se développer depuis, surtout par l'activité d'une firme de distribution. Aujourd'hui quasiment **toutes les enseignes se sont positionnées sur ce marché, mais seulement deux entretiennent une activité régulière** de vente de plantes vertes, plantes fleuries, bouquets et compositions florales.

#### Inventaire des magasins

**6 magasins** dans l'île sont équipés pour prendre en charge un **volume important de fleurs et plantes**. **26 autres points de vente de taille modeste** distribuent des plantes et fleurs plus ou moins régulièrement. **Parmi ces petits magasins, 9 distribuent des volumes un peu plus importants**. 17 responsables de rayons ont bien voulu répondre à notre enquête.

#### Chiffre d'affaires des magasins

La **répartition des points de vente en fonction de leur chiffre d'affaires** figure sur le graphique 3-1 ci-contre. Pour les magasins de catégorie 1 à 3, le chiffre d'affaires annuel augmente constamment ; la vente de fleurs et plantes représente 0,5% du chiffre global (65%

plantes en pot, 35% bouquets&compositions). Pour les magasins de catégorie 4, le chiffre d'affaires annuel stagne en dessous des 100.000 F ; la vente de plantes et fleurs représente seulement 0,01% du chiffre global (proportions plantes en pot - fleurs coupées variable).

Selon le graphique 3-1 on estime le **chiffre d'affaires global** fleurs et plantes en grandes surfaces à **17,5 millions de francs : 11,5 millions plantes en pot et 6 millions fleurs coupées**. Ceci nous permet de déduire (connaissant le budget moyen consommateur : vois plus loin) que le nombre de **consommateurs** achetant des fleurs ou des plantes en grandes surfaces est de **2600 par semaine**, soit à **peine un consommateur sur cent** (fréquentation globale : 350.000 consommateurs par semaine). Ceci nous montre le **potentiel important** encore exploitable pour les grandes surfaces : les magasins de grande taille sont dans une dynamique de croissance intéressante, et dans les plus petits tout reste à faire.

#### Moyens mis à disposition par les grandes surfaces

Voir tableau 3-1 ci-contre. Les **surfaces et moyens mis à disposition par les G.M.S. sont relativement restreints**. Ceci est dû au système de dépôt vente utilisé en majorité dans les grandes surfaces. **Les G.M.S. n'investissent pas ou peu en surface, financièrement, et en personnel**, dans ce rayon qui est toujours géré en même temps que celui des fruits et légumes.

Le **dépôt vente** est **loin de faire l'unanimité** parmi les producteurs : les contraintes sont nombreuses, alors que **les grandes surfaces prennent un minimum de risques** en touchant une **marge bénéficiaire importante (25 à 30% en général)**. Les responsables de G.M.S. déplorent le **manque de cohésion des producteurs**, et le **défaut de communication** : peu de discussion, ni de démarchage. Les horticulteurs estiment que **la vente pourrait être mieux organisée** (notamment centralisée), avec des chefs de rayons formés, plus de suivi dans les commandes et plus de collaboration pour la promotion des produits. Un consensus producteurs-centrales d'achat serait alors à trouver pour améliorer les ventes.

#### Sources d'approvisionnement

Les magasins de taille importante se fournissent auprès d'une dizaine d'horticulteurs pour les plantes en pot (95%), et auprès des grossistes pour les fleurs coupées (80%). Ils consomment **400 pots, et 200 bouquets en moyenne** par semaine.

Les magasins de petite taille se fournissent chez cinq horticulteurs de proximité pour les plantes en pot, et moitié horticulteurs - moitié grossistes pour les fleurs coupées. Ils consomment **20 à 30 pots, et 30 à 60 bouquets par semaine**.

Les **ventes totales** atteignent donc **3000 pots, et 2200 bouquets en moyenne par semaine**.

#### Perspectives d'avenir

Une majorité de responsables de magasins interrogés affiche **une volonté de développement des ventes de fleurs et plantes** en 2001. Ces derniers déplorent le manque de fleurs coupées locales, et insistent sur l'importance d'un projet de regroupement des horticulteurs, qui structurerait la production et simplifierait la mise en marché. Par ailleurs les initiatives de qualité consistant à valoriser les fleurs locales sont plébiscitées.

#### *2°) La distribution des plantes en jardinerie*

**La vente de plantes en jardinerie est une pratique plus ancienne** que pour les grandes surfaces, toutefois les enseignes ont attendu ces cinq dernières années pour se développer.

**Cinq grosses entreprises** se partagent l'essentiel du marché (4 nous ont répondu) : Gamm Vert, Point Vert, Fermes&Jardins, Cane, Hyper Jardin. La vente concerne essentiellement les plantes fleuries et vertes, ainsi que les arbres et arbustes de pépinière.

#### Inventaire des points de vente

**23 magasins** commercialisent régulièrement des plantes. Nous n'avons pas inventorié les établissements de proximité, représentant un volume de plantes moins important. 20 jardinerie sont « **généralistes** », 3 sont **spécialisées** dans la vente de végétaux (Hyper Jardin).

#### Chiffre d'affaires des magasins

Les responsables nous ont donné peu d'éléments précis sur le chiffre d'affaires de leurs magasins, toutefois nous estimons qu'il oscille entre 500.000 F et 1,5 millions de francs pour les jardinerie classiques. Il est plus élevé pour les jardinerie spécialisées mais nous n'en connaissons pas le montant. Nous estimons le chiffre d'affaires global des jardinerie à **22 millions de francs pour l'ensemble des points de vente** (sauf deux récemment installés). On obtient ainsi **40 millions de francs pour la distribution G.M.S. + jardinerie** ce qui constitue un **progrès substantiel** par rapport à 1997 (30 millions).

Selon le chiffre global jardinerie (et le budget consommateurs) nous déduisons que **2750 consommateurs** achètent des plantes chaque semaine dans les jardinerie, soit **un client sur dix** (fréquentation globale : 35.000 consommateurs / semaine). Le **marché potentiel** est donc **important**, d'autant plus que la clientèle des jardinerie connaît bien les plantes. Par ailleurs la stratégie de vente (promotions, communication) est plus axée sur les plantes qu'en G.M.S..

#### Moyens mis à disposition par les jardinerie

Voir tableau 3-2 ci-contre. Pour les **jardinerie classiques** les **moyens matériels et humains** sont variables selon les magasins mais ils restent **limités**. Dans les **jardinerie spécialisées** (Hyper Jardin) la **surface consacrée** à la vente de plante (1500 à 5500 m<sup>2</sup>) et le **personnel mobilisé** sont **importants** (en moyenne 3 personnes par magasin spécialisés en plantes).

#### Sources d'approvisionnement

La fourniture se fait **exclusivement chez les producteurs réunionnais**. Les jardinerie classiques fréquentent 5 à 10 horticulteurs selon les magasins. Les jardinerie spécialisées sont approvisionnées par le pépiniériste propriétaire, et une dizaine d'autres horticulteurs.

Le système du **dépôt-vente** est utilisé en majorité, avec les contraintes déjà signalées pour la vente en grandes surfaces. Toutefois **les achats de type ferme prennent une place progressivement importante** dans les approvisionnements. Certaines enseignes (Point Vert, Hyper Jardin) le pratiquent de plus en plus souvent. Ce système d'achat permet à l'horticulteur de **gérer plus facilement ses écoulements de produits**. Toutefois, il constitue une **contrainte supplémentaire pour le distributeur** qui doit gérer lui-même ses stocks.

#### Perspectives d'avenir

La plupart des responsables d'enseignes souhaitent **développer leur activité en 2001**, à un rythme plus ou moins intensif. Seule une entreprise n'a pas les moyens structurels de s'étendre. Les responsables de jardinerie sont unanimes sur la nécessité d'une **spécialisation**, et d'un **rapprochement des producteurs** : cela permettrait d'établir un calendrier de fourniture fiable, ce qui est difficile à l'heure actuelle. Plusieurs responsables parlent aussi

beaucoup d'**opérations de promotion** à mettre en place **avec les horticulteurs** : instaurer l'utilisation des chromos, créer une association de promotion des produits qui mènerait des actions en ce sens (publicité, salons, amélioration des magasins, des produits, etc).

3°) *La distribution chez les fleuristes*

Les premiers magasins de fleuristes ont ouvert leur porte dans les années 1970. La vente en fleuristerie est donc une pratique assez ancienne.

### Inventaire des points de vente

**63 magasins de fleuristes** peuvent être recensés dans l'île aujourd'hui : voir graphique 3-2 ci-contre. 6 fleuristes sont spécialisés dans la fleur artificielle, l'art de la table ou la confiserie ; les autres font essentiellement de la fleur fraîche. 5 points de vente appartiennent à des horticulteurs et sont approvisionnés en majorité par l'exploitation. Sur 52 responsables de magasin spécialisés en fleurs fraîches, 18 ont accepté de répondre à notre enquête.

Notons que 4 fleuristes ont ouvert leur magasin en 1998-99, mais 3 ont aussi déposé leur bilan depuis début 1999. Par ailleurs 5 fleuristes ont prétendu vouloir bientôt arrêter leur activité lors de notre recensement. **Ceci prouve la relative fragilité de cette profession.**

### Chiffre d'affaires des magasins

Voir graphique 3-3 ci-contre. Nous pouvons ainsi estimer **le chiffre d'affaires 2000 de la profession à 28 millions de francs**. C'est à peine plus élevé que les 25 millions de francs annoncés par la Chambre des Métiers en 1997. Cette stagnation est le résultat d'une part de la **constance d'activité de 25 fleuristes de renom**, qui progressent lentement d'année en année, d'autre part de **l'alternance des créations et cessations d'entreprises** pour les autres magasins. On peut estimer que 35 fleuristes maintiennent leur activité non sans difficulté.

Selon ces données nous déduisons (selon le budget moyen consommateurs) qu'environ **2500 clients achètent un bouquet ou une plante chaque semaine** dans les magasins (chiffre multiplié par 3 à 5 en période de fêtes). .

**La vente de fleurs fraîches représente 75% du chiffre d'affaires pour ¾ des fleuristes.** 1 fleuriste sur 4 diversifie son offre et ses prestations (décoration, art du mariage, etc.) : la vente de fleurs fraîches ne représente alors plus que 40%.

3 fleuristes sur 4 vendent des **fleurs séchées** (5 à 25% de leur C.A., moyenne 15%), et des **plantes en pot** (plantes vertes ou muguet : 10% du C.A. en moyenne). Quelques fleuristes entretiennent des activités annexes (5% du C.A.) : décoration, vente de matériel, cérémonies...

Les fleurs fraîches sont surtout vendues sous forme de **bouquets sur demande** et de **compositions florales**. 1 fleuriste sur 2 propose aussi des **bouquets à emporter**. La répartition du chiffre d'affaires entre les différents produits est variable. 2/3 des fleuristes interrogés font 50 à 70 % de leur chiffre d'affaires avec les bouquets sur demande ou prêts à l'achat, et 30 à 50 % avec des compositions florales. 1/3 réalisent 90% de leur chiffre d'affaires avec les bouquets à la demande.

### Moyens mis à disposition par les fleuristes

La **surface de vente** varie de 10 à 80 m<sup>2</sup> selon les magasins, la plupart se situant entre 20 et 50 (moyenne 38 m<sup>2</sup>). 9 magasins sur 10 sont équipés d'une **remise climatisée** (25 à 50 m<sup>2</sup>) ou

d'une **chambre froide** de 5 à 20 m<sup>3</sup> (moyenne 11 m<sup>3</sup>). 9 fleuristes sur 10 possèdent un **véhicule de livraison**, de capacité souvent inférieure à 10 m<sup>3</sup>.

**Les magasins ont souvent un effectif de deux personnes** dont le (la) gérant(e). 1 magasin sur 4 fonctionne avec une seule personne. Deux gérant(e)s sur trois, et une vendeuse sur deux sont formé(e)s au métier de la fleuristerie (C.A.P. de fleuriste ou stages de bouquetterie).

### Sources d'approvisionnement

**50% des fleuristes** interrogés achètent leurs **plantes en pot** exclusivement **chez les producteurs**, 25% seulement chez les grossistes (bazardiers), et 25% chez les deux.

Pour les **fleurs coupées** environ **20% de la fourniture provient des horticulteurs**. Les **70%** restants viennent des **grossistes locaux** et des **importateurs**. On estime que **l'import direct** représente **environ 10% de la fourniture**.

Concernant la **fourniture en feuillages** la situation est très variable selon les magasins. Elle se fait auprès de quelques **horticulteurs** (5%) ou par des **récoltes dans la nature** (10 à 90% des besoins d'un magasin). Le restant est fourni quasi totalement par les importateurs et l'import direct (en moindre proportion), qui représentent au moins **50% du total**.

3 fleuristes sur quatre sont **au contact de 3 horticulteurs** dans toute l'île (ou à proximité pour les magasins plus petits). 1/4 des fleuristes ont davantage de relations avec les producteurs. Ils fréquentent également **2 à 3 grossistes, bazardiers ou importateurs**. L'**achat ferme** est pratiqué en majorité, un petit nombre de fleuristes commence à faire du dépôt-vente.

Les fleuristes trouvent avantages à travailler avec les horticulteurs, en terme de **fraîcheur**, de **prix** et de **disponibilité** des fleurs. Toutefois, ils déplorent l'**irrégularité** de la production, l'**offre insuffisante en quantité** (parfois en qualité) et **peu diversifiée**, ainsi que la **concurrence directe** des producteurs qui vendent aux mêmes prix sur les marchés forains. Les grossistes leurs offrent plus de garanties au niveau fourniture et plus de services.

D'après le tableau 3-3 ci-contre, nous pouvons déduire que la consommation de l'ensemble des magasins de l'île atteint **600 plantes en pot, 40.000 tiges de fleurs, et 7000 tiges de feuillage par semaine en période normale**. Le détail des achats de fleurs par espèce est présenté dans le tableau 3-4.

### Perspectives d'avenir

Seulement 1/3 des magasins enquêtés disent vouloir se développer, nouvelle preuve des **difficultés de cette profession**. Les fleuristes sont en effet concurrencés de toutes parts : marchés forains, bazardiers, horticulteurs eux-mêmes, et grandes surfaces. Or ils disposent de peu de moyens et de petites structures, donc ils ont souvent du mal à « survivre ».

Les fleuristes demandent avec insistance que la **vente des fleurs** soit davantage **réglementée** et contrôlée. Cette **mesure** paraît **indispensable**, toutefois tous les problèmes ne seraient pas résolus pour autant. Les fleuristes doivent s'adapter à la situation, en **mettant en valeur leur capacité à innover**, en **multipliant les services** qu'ils proposent, en **diversifiant leur gamme**, et en **faisant davantage de promotion** afin de se démarquer de la concurrence.

L'idée d'une **démarche de valorisation des fleurs locales** (label qualité) fédère une majorité de fleuristes : elle permettrait un dialogue plus soutenu entre les acteurs de la filière, et **l'image de la profession s'en trouverait améliorée**. Par contre, les **fleuristes** sont **septiques**

**quant aux possibilités de regroupement des producteurs** de fleurs, déplorant la mésentente effective entre les horticulteurs mais aussi entre les fleuristes.

4°) *Les habitudes d'achat du consommateur : ont elles changé en 2000 ?*

Habitudes d'achat des consommateurs de grandes surfaces et jardinerie (graph 3-4 ci-avant)

**La proportion d'achats sur les marchés semble avoir légèrement diminué** : 33% en 2000 contre 37% en 1996. Nous observons aussi que **les achats de plantes et fleurs en grandes surfaces surclassent de peu les achats chez le fleuriste**, ce qui n'était pas le cas en 1996.

Habitudes d'achat des clients de fleuristes (graphiques 3-5 et 3-6 ci-avant)

**La plupart des achats chez les fleuristes sont occasionnels (2/3 des clients interrogés)**. Toutefois 1 client sur 3 achète au moins une fois par mois, et 3 clients sur 20 au moins une fois par quinzaine. La plupart des achats chez les fleuristes sont des **achats-cadeau** (46% des clients). Les achats pour les fêtes, ou pour soi-même concernent chacun 1 client sur 4.

Un client sur dix dit ne fréquenter que chez les fleuristes. 3 clients sur 10 achètent aussi au marché, 1 sur 5 en grandes surfaces, 1 sur 5 en jardinerie. La baisse de fréquentation des marchés forains est confirmée ici, au profit des grandes surfaces et des jardinerie.

Produits achetés en grandes surfaces et jardinerie (graphiques 3-7 et 3-8 ci-contre)

Les consommateurs interrogés en **grande surface** disent acheter le plus souvent des **bouquets** (44%) ou des **plantes vertes** (23%). Les plantes fleuries sont aussi bien représentées (16%). Les consommateurs interrogés en **jardinerie** recherchent surtout des **plantes fleuries** (35%). Les plantes vertes et à massifs sont aussi très demandées (respectivement 26 et 25%).

Satisfaction des clients quant à l'offre proposée dans les magasins

Seulement **37% des clients** sont **satisfaits du rayon plantes et fleurs des grandes surfaces** réunionnaises, essentiellement en raison du choix insuffisant (50% des clients) ; des quantités insuffisantes (20%) et du manque de conseils (20%).

**36% des clients de jardinerie s'estiment satisfaits** du rayon plantes de leur magasin. Les critiques formulées sont les mêmes que pour les grandes surfaces : choix insuffisant (44% des clients) ; quantités restreintes (31%) ; manque de conseils (29%).

**88% des clients de fleuristes sont satisfaits de l'offre des magasins**. Les motivations d'achat chez le fleuriste sont les suivantes : l'élégance des préparations (71% des clients) ; la fraîcheur des fleurs (61%) ; l'accueil (53%) ; les conseils (37%). Ceci prouve que les fleuristes gardent une clientèle fidèle et leur savoir-faire les distingue de la concurrence.

Budget moyen des consommateurs (graphiques 3-9 à 3-11 ci-contre)

Selon les enquêtes réalisées on estime le budget moyen d'un consommateur (pour un achat-cadeau) à **130 francs en grandes surfaces, 155 francs en jardinerie**, et à environ **220 francs chez un fleuriste**.

Ces valeurs confirment celles des enquêtes réalisées en 1996 et 1998. Ceci confirme que le **consommateur réunionnais moyen est très amateur de plantes et fleurs**, puisqu'il est prêt à investir un montant élevé à l'occasion d'un achat.

#### PARTIE 4 : LA FORMATION ET L'INSERTION EN HORTICULTURE FLORALE

L'objectif de cette étude est non seulement de faire un point récapitulatif des **possibilités de formation** existantes à la Réunion, mais aussi de **mieux connaître les organismes de formation et d'insertion travaillant en horticulture florale** et leur différentes activités.

Nous avons ainsi consulté **huit organismes de formation** ayant dans leurs cursus une spécialisation en floriculture, ainsi que **six responsables d'associations** d'insertion, certains étant en liaison avec plusieurs association communales.

*1°) Quelles possibilités de formation en floriculture à la Réunion ?*

##### Formation initiale

Voir tableau 4-1. A ce jour il n'existe **aucun cursus spécifique en horticulture d'ornement**. Deux B.E.P.A. à caractère horticole sont opérationnels (M.F.R. de St André et lycée de St Joseph). La floriculture y est enseignée en modules, les élèves sont alors polyvalents entre maraîchage et horticulture florale (35 élèves dont 15 en floriculture). Un B.E.P.A. généraliste axé en priorité sur la floriculture va être créé par la M.F.R. de St Pierre en 2001 (20 élèves).

Le C.F.P.P.A. de St Joseph délivre en 2 ans **un B.P.R.E.A. productions horticoles** (fruits, maraîchage, floriculture) **et élevage**. Ce cursus forme 20 responsables d'exploitations par an. Par ailleurs, la M.F.R. de St André délivre une formation « **commerce des produits horticoles** » (10 personnes par an). Ce cursus généraliste concerne surtout les fleurs et plantes

Les personnes formées dans l'île sont réorientés ou continuent leur formation en métropole mais **intègrent finalement peu les exploitations**, sauf parfois dans le cadre familial.

##### Formation continue

On recense **six C.A.P. mais seulement trois d'entre eux forment des ouvriers horticoles généralistes**, les trois autres étant plus axés sur les espaces verts et l'aménagement. Ainsi seulement 20 personnes par an sont susceptibles au final d'intégrer les exploitations horticoles

Il appartient donc aux formateurs et au Syndicat des horticulteurs de se concerter plus souvent afin de **bien définir les besoins en formation** de la profession, et de mieux y répondre.

##### Moyens pédagogiques

Seuls **trois organismes** emploient un **formateur spécialisé en horticulture florale**. .

Les organismes de formation sont dotés d'exploitations agricoles qu'ils utilisent notamment pour développer le coté pédagogique : voir tableau 4-2 ci-contre. Sur **six exploitations pratiquant la floriculture** seulement **trois en font leur principal domaine d'activités**. Ces exploitations pratiquent la **vente directe de plantes** mais **en proportions marginales** (700.000 F/an au total selon les enquêtes) et uniquement à des fins d'**autofinancement**.

## 2°) Les organismes réunionnais d'insertion en horticulture florale

Il en existe deux grands types : les C.A.T. et les P.L.I.E.

Les C.A.T. ont pour mission de **prendre en charge des personnes handicapées**, afin de les maintenir au contact du monde du travail. **Trois d'entre eux possèdent des structures pour la production floricole** et y font travailler environ 40 personnes: voir tableau 4-3 ci-contre. Ils fonctionnent par ateliers pédagogiques, financés en majorité par les ventes de plantes et fleurs sur les exploitations. Toutefois, l'activité de vente reste marginale (tableau 4-3). Deux de ces organismes ont des projets d'agrandissement de leur exploitation horticole.

Les P.L.I.E. (ou équivalents) sont chargés de **coordonner les activités de réinsertion sur une commune**. Leur objectif est de faire entrer autant de sans emploi que possible dans le monde du travail. Quatre P.L.I.E. encadrent actuellement des projets en horticulture florale :

- le **P.L.I.E. de St Pierre** coordonne les activités de **quatre organismes** : l'association Hibiscus, l'A.P.I.F.A., l'association Grand Canal, et le C.R.I.P.H. Les ateliers prévus concernent **60 C.E.S.** (30 personnes temps plein). **La surface potentielle d'exploitation** est de **6 ha**, le budget total octroyé de **1 million de francs** (subventions européennes). Les associations doivent cependant entretenir **30% d'autofinancement** avec les activités mises en place ;
- le **P.L.I.E. de St Louis** encadre un **projet de grande échelle dans les hauts du Gol**, sur le domaine de Maison Rouge. Il consistera notamment en la mise en place de **cultures horticoles pour l'exportation**, sur une **surface potentielle de 20 ha**. Cette activité pourra générer **130 à 140 emplois**. Le budget global est de 175 millions de francs, dont **80** pour la partie floriculture (Fonds Sociaux Européens) ;
- le **P.L.I.E. de St Denis** encadre **20 personnes** sans emploi sur la zone de la Bretagne. Ces personnes possèdent dans leur propriété une petite surface couverte : 100 à 300 m<sup>2</sup> d'ombrière en Anthurium et orchidées. L'objectif du P.L.I.E. est de professionnaliser l'exploitation de ces fleurs coupées pour les 20 personnes concernées. Il organise ainsi des **formations aux techniques horticoles** en partenariat avec l'A.P.R.;
- enfin, le **P.L.I.E. de St Joseph** encadre **15 C.E.S.**, qu'il souhaite réinsérer dans le cadre de la **mise en place d'une parcelle de feuillages pour l'exportation**.

En conclusion nous pouvons dresser un rapide bilan des potentiels représentés par les différents projets : **235 personnes** dont la réinsertion est prévue dans le domaine de la floriculture ; **30 ha** potentiels de mise en culture ; **85 millions de francs** de budget, dont 80 pour le projet de St Louis.

Ces chiffres laissent perplexes, lorsque l'on sait que la production horticole réunionnaise (fleurettes comprises) représente 100 à 125 millions de francs, 900 personnes, et 160 ha de culture. Pour éviter toute dérive, **il est donc indispensable que le Syndicat des horticulteurs entretienne le dialogue** avec les différents responsables d'associations.

**En conclusion**, nous constatons dans cette étude que **la production horticole réunionnaise évolue rapidement**. Les changements observés dans les circuits de distribution, l'augmentation significative des importations, et l'apparition des structures d'insertion sont



autant de facteurs qui vont « **pousser** » **la production vers davantage de professionnalisme**. Il convient alors d'encourager et d'accompagner ces changements, par des **mesures pertinentes** prises dans le cadre du futur **programme sectoriel horticole** (2002-2005).