



**International**

**Agriculture Nutrition Développement**

20-22 Rue Richer – 75009 Paris

tél. 33(0)1-45-23-18-81

# **Les filières de l'horticulture et de la pépinière en région Haute-Normandie**

**SYNTHÈSE**

**VINIFLHOR**

**AND INTERNATIONAL  
FILIERE VERTE CONSEIL**

**Ce travail a été soutenu par l'ensemble de la profession  
agricole et horticole régionale**

## LES FILIERES DE L'HORTICULTURE ET DE LA PEPINIERE EN HAUTE-NORMANDIE

### SYNTHESE

#### **PREAMBULE**

*Cette étude apporte une mise à jour des données de l'audit de la filière horticulture et pépinière réalisé début 2000 sur la région (soit sur les chiffres d'affaires de l'exercice 1999). La méthodologie d'enquête a sensiblement évoluée entre les deux études : une enquête exhaustive avait été réalisée en un seule vague sur le premier trimestre de 2000 alors que la présente mise à jour repose sur deux enquêtes successives : la première a été réalisée sur un panel représentatif, mi 2005, et a été complétée par une enquête exhaustive (sur les non répondants au panel) sur le premier semestre 2006. Les données présentées ici portent sur l'exercice comptable 2005 des entreprises. Certaines données de l'exercice 1999 sont rappelées pour apprécier les évolutions sur les 6 années qui séparent les deux études..*

#### **CARACTERISTIQUES ET POIDS ECONOMIQUE DES ENTREPRISES HORTICOLES ET DES PEPINIERES EN HAUTE-NORMANDIE**

L'étude a recensé 119 horticulteurs et pépiniéristes en activité<sup>1</sup> sur la région Haute-Normandie. Ces 119 entreprises représentent :

Un **chiffre d'affaires total de 54,7 millions d'€ HT**, dont 8% sont réalisés sur des activités autres que la vente de végétaux d'ornement (agriculture, jardinerie, paysage...);

Un **chiffre d'affaires « horticole » de 50,2 millions d'€ HT** (ventes de végétaux d'ornement), dont plus de 38,6 millions d'€ HT en production propre (23% du C.A. étant réalisés en achat-revente);

Une surface globale en culture de 471,8 ha (soit 0,06% de la SAU régionale), dont 40,0ha couverts en serres et tunnels et 65,9 ha de plates-formes hors sol;

758 emplois directs (en équivalent temps plein, y compris les chefs d'entreprises), dont 467 emplois salariés permanents (62%).

Avec un chiffre d'affaires en production de 38,6 millions d'€ HT l'horticulture et la pépinière représentent environ **4,3% de la valeur des livraisons végétales de l'agriculture de Haute-Normandie et 2,5% de la valeur globale de la production horticole française.**

#### **Concentration**

Entre les exercices de 1999 et 2005 on observe les évolutions suivantes :

	1999	2005	1999/2005
<b>Nombre d'entreprises</b>	161	119	-26%
<b>Nombre d'emplois directs (*)</b>	788	758	-4%
dont emplois permanents	546	467	-14%
<b>Chiffres d'affaires horticole</b>	45,0	50,2	11%
<b>CA moyen / entreprise</b>	279,6 K€/ent	421,6 K€/ent	51%
<b>Nombre d'ETP/entreprise (*)</b>	4,9 ETP/ent.	6,4 ETP/ent.	30%

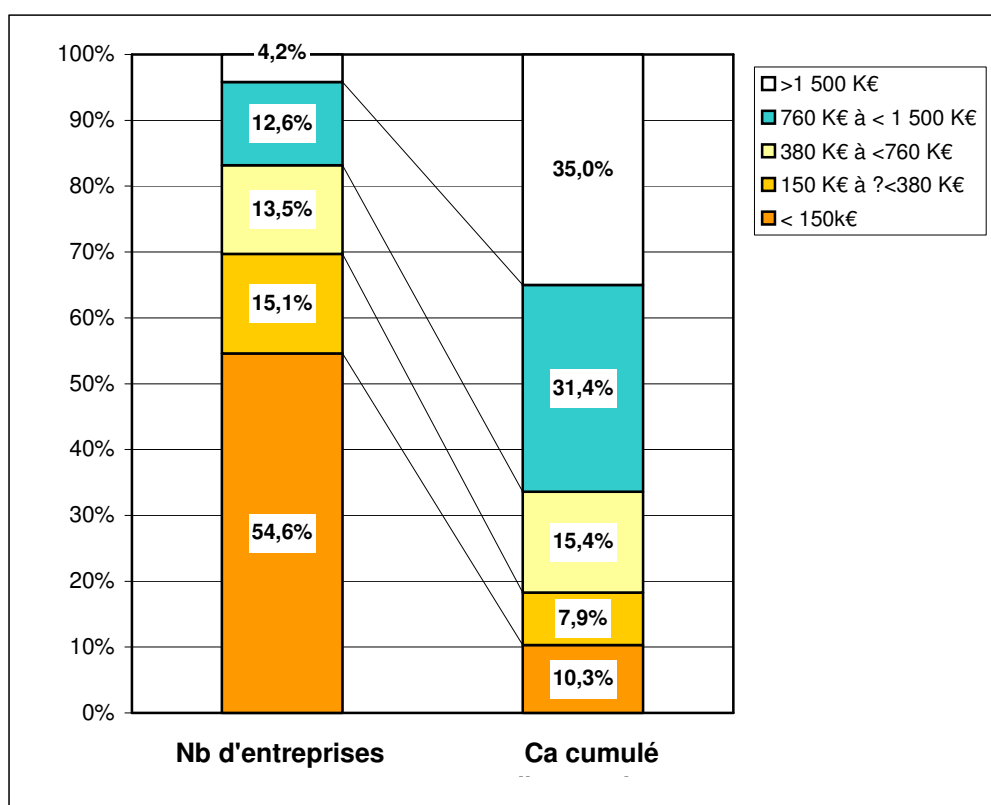
(\*) Main d'oeuvre en équivalent temps plein (ETP)

<sup>1</sup> La société DERLY est scindée, pour l'analyse, en deux entités de production compte tenu de ses deux activités GMS et Paysage collectivités qui représentent chacune 50% de son chiffre d'affaires. Les 118 entreprises de production réelles comptent pour 119 dans cette étude.

Entre les deux enquêtes, la Haute-Normandie a connu, comme toutes les régions françaises, un mouvement de concentration de la filière qui s'est traduit par la disparition de 26% des producteurs, avec en parallèle une progression du chiffre d'affaires horticole régional de 11% sur 6 ans, soit une croissance moyenne annuelle de l'ordre de 1,8%.

Ce mouvement de concentration se traduit par une progression de plus de 50% du CA moyen par entreprise ; résultat qui doit cependant être considéré avec quelques précautions, compte tenu, d'une part, que les disparitions d'entreprises concernent essentiellement les petites entreprises familiales réalisant un chiffre d'affaires assez bas et, d'autre part, que la présence sur la région d'un leader national de la pépinière dont le chiffre d'affaires pèse particulièrement sur le CA régional et fait augmenter artificiellement la moyenne régionale.

**Malgré le mouvement de concentration, la filière reste toujours dominée par les petites exploitations familiales (réalisant un chiffre d'affaires de moins de 380 K€) qui représentent près de 70% des entreprises de la région pour moins de 20% des ventes de végétaux réalisées par les producteurs hauts normands.**



	Entreprises		C.A. horticole	
	nombre	%	K€	%
< 150k€	65	54,6%	5 182	10,3%
150 K€ à <380 K€	18	15,1%	3 984	7,9%
380 K€ à <760 K€	16	13,5%	7 701	15,4%
760 K€ à < 1 500 K€	15	12,6%	15 758	31,4%
> 1 500 K€	5	4,2%	17 545	35,0%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>	<b>50 170</b>	<b>100%</b>

Le tableau suivant analyse l'évolution de la répartition des entreprises par classe de taille entre les exercices de 1999 et de 2005.

	Nombre d'entreprises			CA horticole cumulé (en K€)			CA moyen (K€/ent)		
	1999	2005	Var 05/99	1999	2005	Var 05/99	1999	2005	Var 05/99
< 150 K€	105	65	-38%	6 649	5 182	-22%	63,3	79,7	26%
150 à 380 K€	24	18	-25%	5 754	3 984	-31%	239,7	221,3	-8%
380 à 760 K€	17	16	-6%	9 970	7 701	-23%	586,5	481,3	-18%
760 à 1 500 K€	11	15	36%	11 616	15 758	36%	1 056,0	1 050,5	-1%
>= à 1 500 K€	4	5	25%	11 024	17 545	59%	2 755,9	3 509,0	27%
<b>TOTAL</b>	<b>161</b>	<b>119</b>	<b>-26%</b>	<b>45 011</b>	<b>50 170</b>	<b>11%</b>	<b>279,6</b>	<b>421,6</b>	<b>51%</b>

Ces données confirment que les disparitions d'entreprises concernent essentiellement les petites et très petites entreprises (réalisant un chiffre d'affaires de moins de 380 K€). Seules les classes de taille supérieures progressent en effectif et en chiffre d'affaires, par mouvement naturel d'évolution de la taille moyenne (les entreprises qui se développent changent de classe de taille) et par effet de concentration de l'activité (le marché laissé par les sortant alimente la croissance des producteurs qui se maintiennent).

## **LES METIERS ET LA GAMME COMMERCIALISEE**

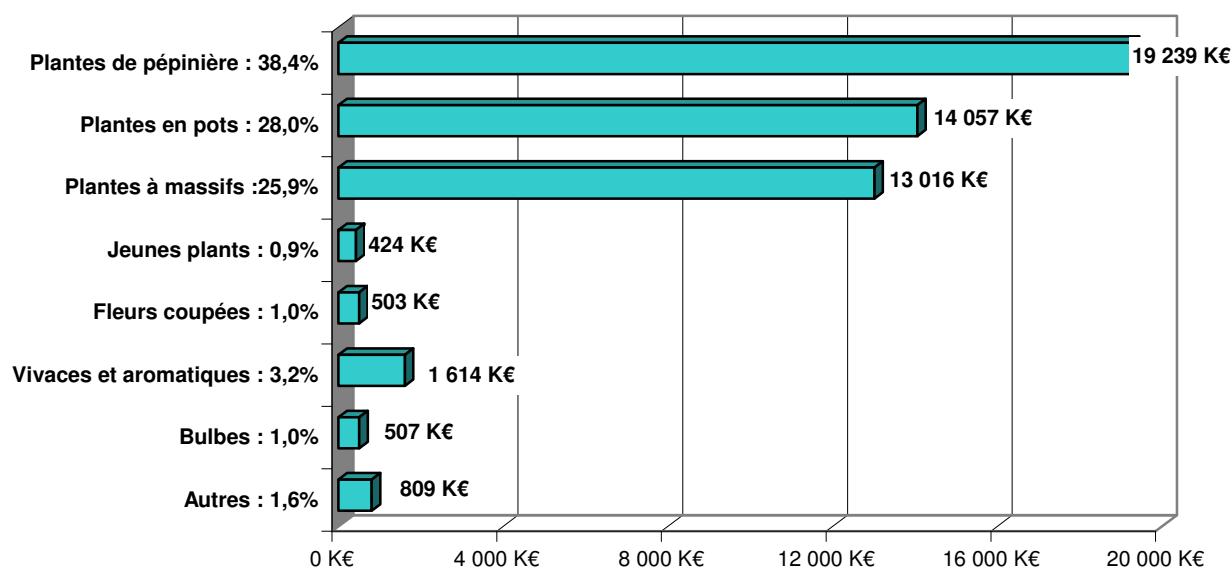
### **Des entreprises relativement spécialisées :**

La filière est dominée par le groupe des horticulteurs qui représentent, toutes spécialités confondues, plus des deux tiers des producteurs et 60% des ventes régionales de végétaux (en valeur).

Plus de la moitié des producteurs apparaissent relativement spécialisé, avec au premier les producteurs de plantes à massifs qui représentent 37% des entreprises de la région pour près du quart du chiffre d'affaires. Ils sont suivis par les producteurs de potées fleuries qui représentent 17% des producteurs interrogés pour 25% du chiffre d'affaires régional.

	Entreprises		C.A. horticole	
	nombre	%	K€	%
<b>Horticulteurs</b>	<b>80</b>	<b>67,2%</b>	<b>29 958</b>	<b>59,7%</b>
dont spécialistes Plantes à massifs	44	37,0%	12 007	23,9%
dont spécialistes Plantes en pots	20	16,8%	12 546	25,0%
dont horticulteurs à gamme mixte	16	13,4%	5 405	10,8%
<b>Pépiniéristes</b>	<b>34</b>	<b>28,6%</b>	<b>18 777</b>	<b>37,4%</b>
dont pépinière ornementale	32	26,9%	17 893	35,7%
<b>Producteurs de fleurs coupées et mixtes (*)</b>	<b>5</b>	<b>4,2%</b>	<b>1 435</b>	<b>2,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>	<b>50 170</b>	<b>100,0%</b>

## Une gamme commercialisée en cohérence avec la diversité de la production régionale

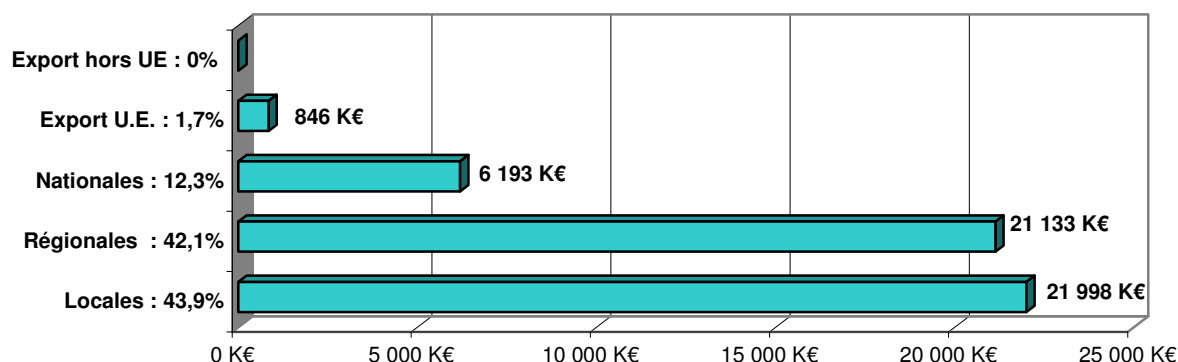


La gamme commercialisée n'a guère évolué entre les 2 enquêtes. Les produits horticoles prédominent et pèsent pour plus de 57 % dans le CA régional. La présence d'un leader national renforce l'activité de pépinière. En revanche, les productions de fleurs coupées et de jeunes plants restent marginales.

### LES MARCHES PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

**Plus de 86% des ventes sont réalisées à l'échelon régional (200 km) dont 43,9% au niveau local (10 km)**

Les producteurs hauts normands sont principalement positionnés sur le marché régional, avec des expéditions sur la région parisienne pour quelques entreprises importantes, et souvent spécialisées, qui ne peuvent écouler toute leur production sur la Haute-Normandie.

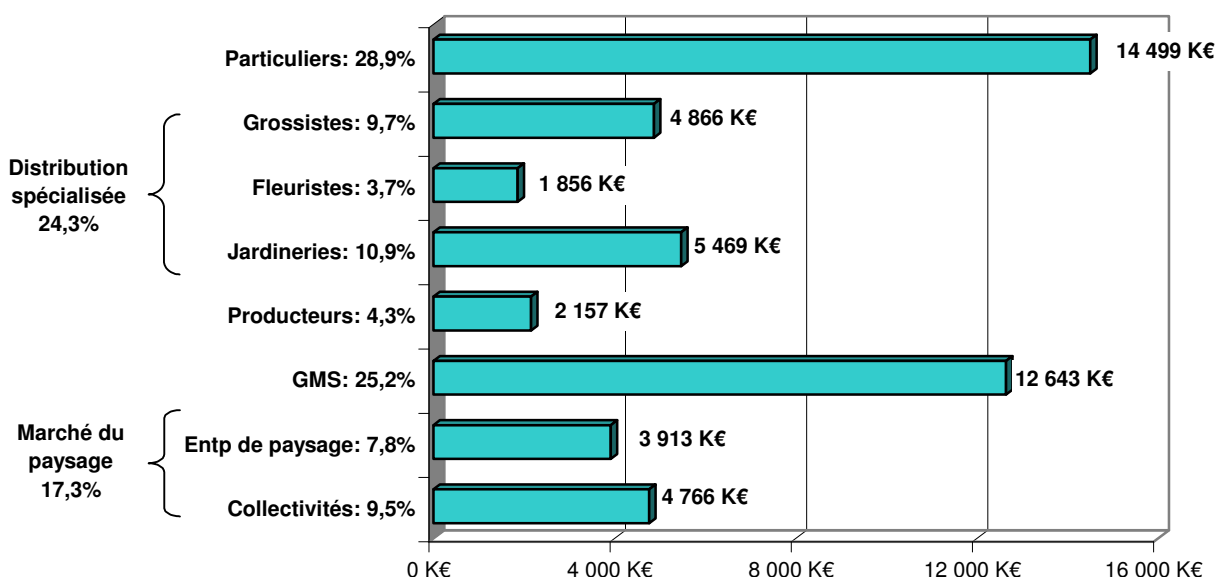


## LES MARCHES PAR CIRCUIT

**Les entreprises de dimension nationale pèsent sur la répartition des débouchés. Les ventes auprès de la distribution spécialisée et non spécialisée représentent en cumul près de 50% des débouchés, devançant les ventes directes sur l'exploitation.**

On notera que la part des ventes directes a diminué depuis la dernière enquête. Elles atteignaient 29% en 2005, contre 37% en 1999. Cette tendance résulte, d'une part, de nombreuses disparitions parmi les producteurs détaillants et, d'autre part, de l'accroissement du poids relatif des entreprises leaders, positionnées sur la distribution spécialisée et non spécialisée.

Les marchés du paysage et des collectivités demeure un débouché significatif avec plus de 17 % du chiffre d'affaires horticole régional.



## LES SEGMENTS STRATEGIQUES

Dans le cadre de la réflexion nationale conduite sur l'avenir de l'horticulture et de la pépinière française, les professionnels ont souligné la nécessité d'un changement radical dans la façon dont les producteurs devront à l'avenir raisonner leurs stratégies:

- en passant d'une approche produit à une approche marché-clients;
- ce qui implique une approche par "segments stratégiques", c'est à dire par groupes d'entreprises exerçant le même "métier" et visant les mêmes marchés.

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

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

Le tableau suivant présente la répartition des entreprises de production dans ces différents groupes en région Haute-Normandie. Chaque entreprise est affectée dans un groupe en fonction des segments de marchés sur lesquels elle est majoritairement présente (plus de 60% du C.A. horticole).

	Entreprises		C.A. horticole	
	Nombre	%	K€	%
<b>Prod-Détaillant</b>	83	69,7%	14 019	27,9%
<b>Prod-Distribution spécialisée</b>	15	12,6%	8 958	17,9%
<b>Prod-Distribution non spécialisée</b>	9	7,6%	12 413	24,7%
<b>Autres positionnements</b>	12	10,1%	14 780	29,5%
<b>TOTAL</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>	<b>50 170</b>	<b>100%</b>

Le tableau suivant analyse l'évolution des positionnements des entreprises entre les exercices 1999 et 2005.

	Nbre d'entreprises			CA horticole cumulé (En K€)			CA horticole moyen (en K€/ entreprise)		
	1999	2005	Var 05/99	1999	2005	Var 05/99	1999	2005	Var 05/99
<b>Prod - Détaillant</b>	118	83	-30%	15 460	14 019	-9%	131	169	29%
<b>Prod – Distrib. spécialisée</b>	26	15	-42%	12 085	8 958	-26%	465	597	28%
<b>Prod – Distrib. non spécialisée</b>	9	9	0%	11 536	12 413	8%	1 282	1 379	8%
<b>Autres positionnements</b>	8	12	50%	5 930	14 780	149%	741	1 232	66%
<b>TOTAL</b>	<b>161</b>	<b>119</b>	<b>-26%</b>	<b>45 011</b>	<b>50 170</b>	<b>11%</b>	<b>280</b>	<b>422</b>	<b>51%</b>

Ces données confirment que les disparitions d'entreprises concernent essentiellement les producteurs détaillants. A lui seul ce groupe représente près de 80% des disparitions.

**Les fiches des pages suivantes présentent les principaux indicateurs économiques pour les 3 groupes typologiques significatifs en Haute Normandie.**

## PRODUCTEURS DETAILLANTS

(producteurs réalisant plus de 60% de leurs ventes directement aux particuliers)

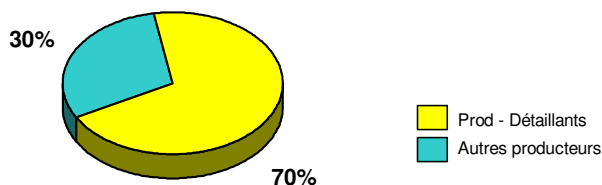
- 69,7% des entreprises horticoles et des pépinières de la région réalisent la plus grande part de leur chiffre d'affaires en vente directe aux particuliers. Elles totalisent près de 27,9% des ventes de la production régionale.

- 33,3% des producteurs de ce groupe ont des projets d'investissement dans les trois prochaines années et 31% pensent développer leur production.

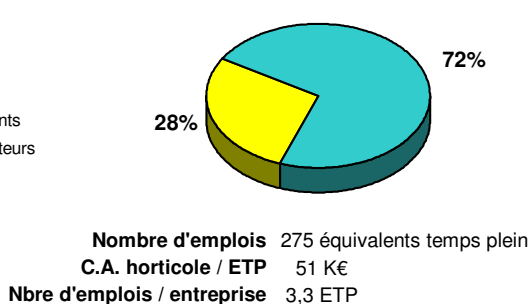
- Problèmes rencontrés : Disponibilité et coût de la main d'oeuvre, la concurrence des jardinerie et GMS et la capacité financière tendue des entreprises

Nombre d'entreprises : 83

C.A. horticole : 14 019 K€

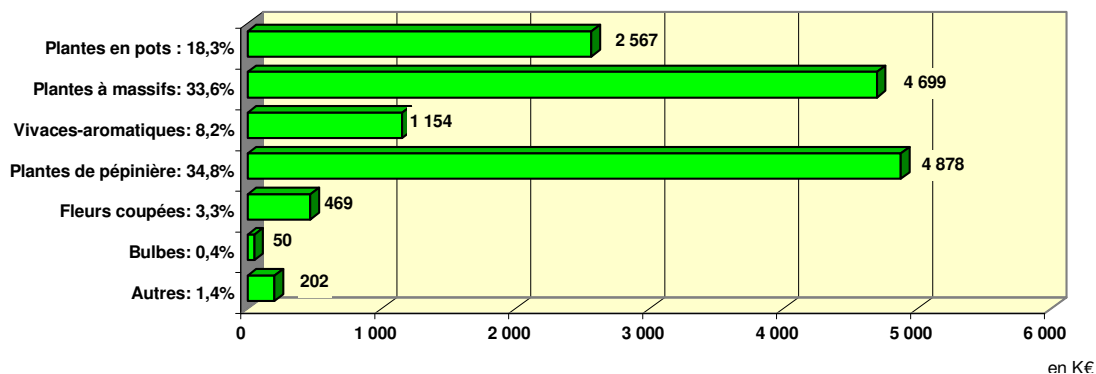


C.A. horticole moyen : 169 K€  
Taux d'achat-revente : 28%  
Surfaces : 106,7 ha

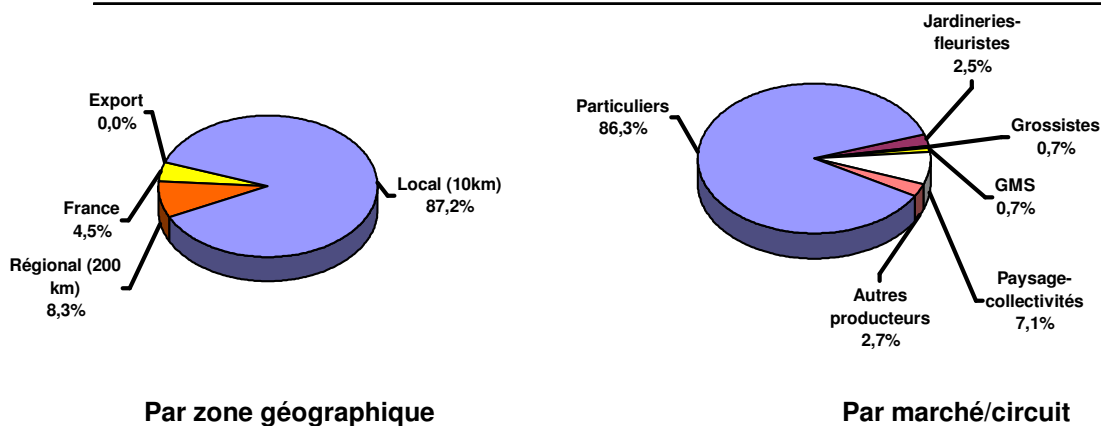


Nombre d'emplois : 275 équivalents temps plein  
C.A. horticole / ETP : 51 K€  
Nbre d'emplois / entreprise : 3,3 ETP

### Gamme commercialisée



### Débouchés



Par zone géographique

Par marché/circuit

## PRODUCTEURS SUR LA DISTRIBUTION SPECIALISEE

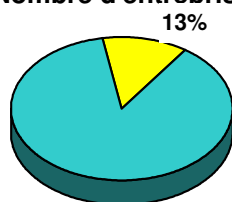
(producteurs réalisant plus de 60% auprès des jardineries, fleuristes et grossistes)

- 12,6 % des entreprises horticoles et des pépinières de la région réalisent la plus grande part de leur chiffre d'affaires auprès de la distribution spécialisée. Elles totalisent près de 17,9% des ventes de la production régionale.

- 44,4% des producteurs de ce groupe ont des projets d'investissement dans les trois prochaines années et 68,4% pensent développer leur production.

- Problèmes rencontrés : la disponibilité et le coût de la main d'oeuvre, les contraintes réglementaires, la concurrence des autres producteurs

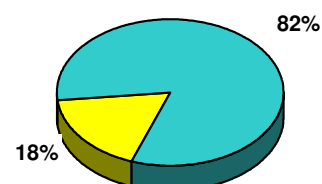
Nombre d'entreprises : 15



87%

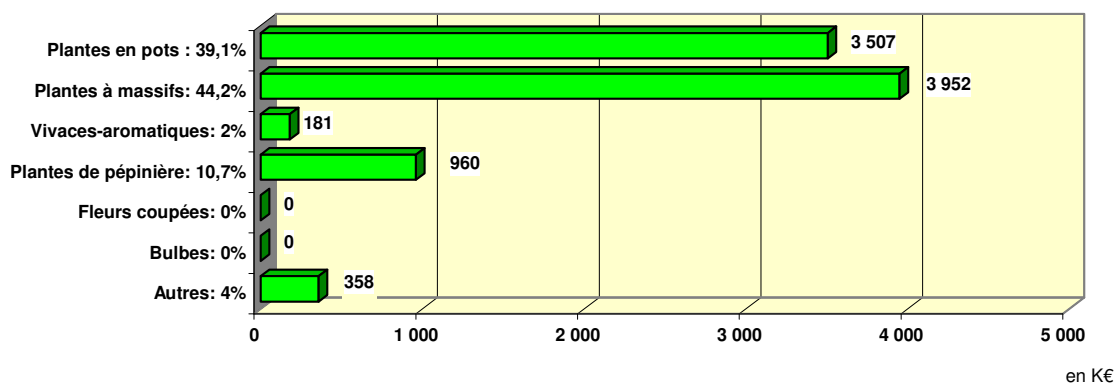
C.A. horticole moyen 597 K€  
Taux d'achat-revente 13%  
Surfaces 70,6 ha

C.A. horticole : 8 958 K€

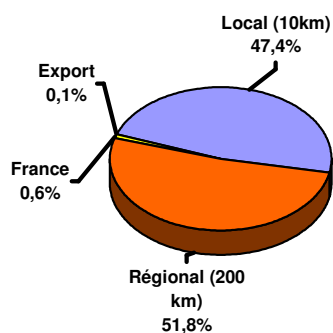


Nombre d'emplois 154 équivalents temps plein  
C.A. horticole / ETP 58,3 K€  
Nbre d'emplois / entreprise 10,2 ETP

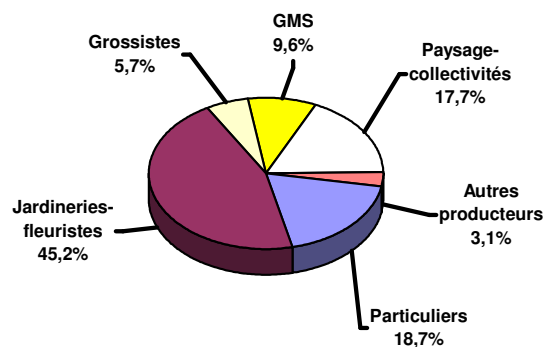
### Gamme commercialisée



### Débouchés



Par zone géographique



Par marché/circuit

## PRODUCTEURS SUR LA DISTRIBUTION NON SPECIALISEE

(producteurs réalisant plus de 60% auprès des GMS et des GSB)

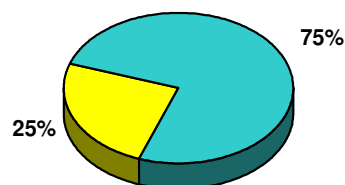
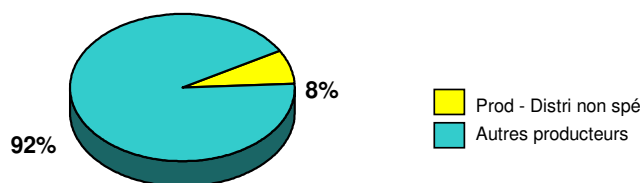
- 7,6 % des entreprises horticoles et des pépinières de la région réalisent la plus grande part de leur chiffre d'affaires auprès de la distribution non spécialisée. Elles totalisent près de 24,7% des ventes de la production régionale.

- 42,9% des producteurs de ce groupe ont des projets d'investissement dans les trois prochaines années et 85,7% pensent développer leur production.

- Problèmes rencontrés : Le manque de moyens pour financer les investissements nécessaires à la modernisation des outils de production, le coût et la disponibilité de la main d'oeuvre, la concurrence des autres producteurs et le manque de coordination avec les collègues

Nombre d'entreprises : 9

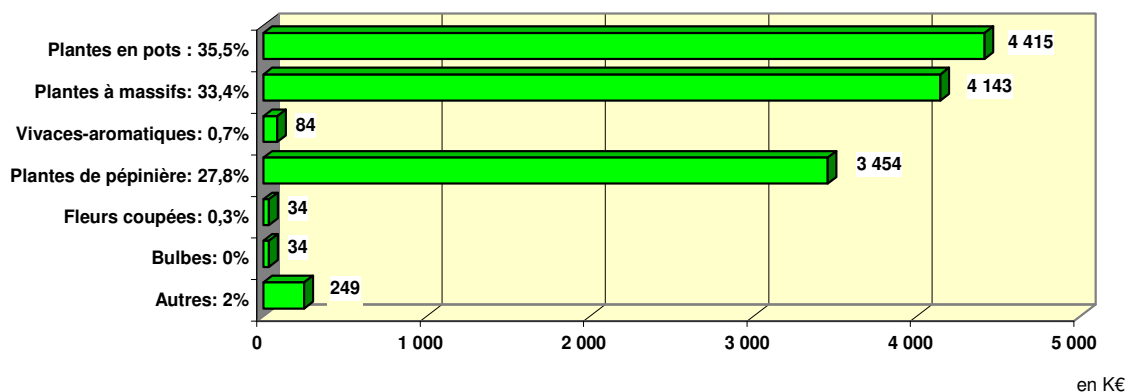
C.A. horticole : 12 413 K€



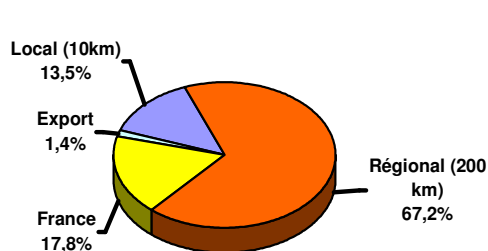
C.A. horticole moyen 1379 K€  
Taux d'achat-revente 19%  
Surfaces 56,6 ha

Nombre d'emplois 120 équivalents temps plein  
C.A. horticole / ETP 103,2 K€  
Nbre d'emplois / entreprise 13,4 ETP

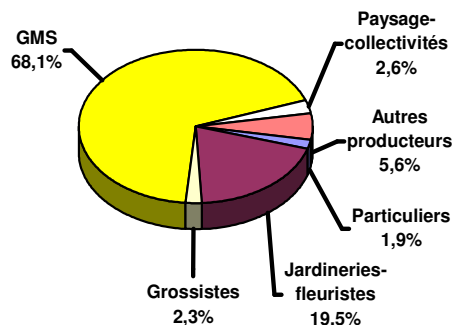
### Gamme commercialisée



### Débouchés



Par zone géographique



Par marché/circuit

## **EVOLUTIONS, PROJETS ET PROBLEMATIQUE DE DEVELOPPEMENT**

Les producteurs ont été interrogés sur les évolutions de leur production et de leur positionnement marché.

### **Des ventes stables pour une majorité d'entreprises**

Seuls 14% des répondants mentionnent une progression de ses ventes sur les dernières années, ce qui est cohérent avec la quasi stagnation du CA constatée entre les deux enquêtes (+0,8% /an en moyenne).

<b>Ventes de végétaux</b>	<b>%</b>
Diminution	31,8%
Stabilité	54,6%
Augmentation	13,6%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

### **Près de 72% des producteurs interrogés ont fait évoluer leur production pour mieux répondre à leur marché.**

<b>Evolution de la production</b>	<b>Total des réponses</b>	<b>Prod - Détaillant</b>	<b>Prod – Distribution (*)</b>
Aucune évolution notable	28,4%	<b>42,3%</b>	12,8%
Elargissement - diversification gamme	<b>28,4%</b>	21,2%	<b>38,5%</b>
Développement de la production	18,9%	21,2%	12,8%
Spécialisation - resserrement gamme	6,3%	3,7%	7,7%
Reconversion vers d'autres productions	4,2%	0,0%	10,3%
Développement du négoce	4,2%	3,8%	5,1%
Autres	9,5%	7,7%	12,8%
TOTAL réponses enquête qualitative	100%	100%	100%

(\*): Les producteurs commercialisant leurs productions auprès de la distribution spécialisée (jardineries et fleuristes), et de la distribution non spécialisée (GMS et GSB)

Selon leur marché dominant, les entreprises ne semblent pas avoir fait les mêmes choix d'évolution. Les producteurs détaillants ont moins fait évoluer leur production, soit parce que la taille de leur outil suffit ou bien approchant de la retraite, ils ne souhaitent pas faire de nouveaux investissements.

En revanche, les producteurs positionnés sur la distribution spécialisée et non spécialisée ont pour la plupart diversifié leur gamme. Cette tendance traduit la nécessité de ces entreprises de proposer une offre globale à la distribution pour être en mesure de répondre aux référencements nationaux.

Par ailleurs, un certain nombre de producteurs, traditionnellement positionnés sur la production de potées fleuries, ont choisi de se diversifier vers des produits plus porteurs et moins coûteux en main d'œuvre et en énergie. Néanmoins, tous n'ont pas réussi à mener à bien ces changements. Certains d'entre eux se sentent menacés par une concurrence très rude sur des produits qui se banalisent s'interrogent sur leurs perspectives d'avenir.

Les producteurs détaillants sont également touchés par cette tendance et tentent d'y répondre par l'intermédiaire du négoce. Néanmoins ils se heurtent rapidement à la limite imposée par leur statut juridique d'indépendants.

### 63,3% des producteurs interrogés ont fait évoluer leurs débouchés

Evolution de la production	Total des réponses	Prod - Détaillant	Prod – Distribution (*)
Aucune évolution notable	36,7%	50,0%	22,5%
Pénétration de nouveaux marchés	16,7%	10,9%	22,5%
Arrêt des ventes sur certains marchés	11,1%	10,9%	10,0%
Spécialisation sur certains marchés	10,0%	4,3%	15,0%
Augmentation des ventes au détail	13,3%	15,2%	12,5%
Diminution des ventes	4,4%	2,2%	7,5%
Autres	7,8%	6,6%	10,0%
TOTAL réponses enquête qualitative	100%	100%	100%

(\*) : les producteurs commercialisant leurs productions auprès de la distribution spécialisée (jardineries et fleuristes et de la distribution non spécialisée (GMS et GSB)

Les producteurs détaillants n'ont pas fait évoluer leurs débouchés. Les choix sont plus disparates pour les producteurs positionnés sur le marché de la distribution spécialisée et non spécialisée : 22,5% ont cherché de nouveaux débouchés, 15% se sont recentrés sur quelques débouchés et 12,5% ont décidé de développer la vente au détail, trouvant ce débouché plus rémunérateur.

Cette tendance traduit le doute stratégique actuel de cette catégorie de producteurs : trop petits pour répondre aux référencements nationaux et trop grands pour se limiter aux marchés de proximité, ces producteurs tentent de sécuriser leurs débouchés en fonction des opportunités qui se présentent :

- Spécialisation sur les marchés les plus porteurs, quitte à réduire la production
- Recherche de nouveaux débouchés et glissement sur d'autres marchés comme le paysage
- Redéploiement sur la vente directe aux particuliers

### Des producteurs prudents dans leurs investissements...

Investissements réalisés ?	Prévus lors de la précédente enquête 1999 (%)	Réalisés dans les 3 dernières années (%)	Prévus dans les 3 prochaines années (%)
Oui	53	68	41
Non	47	32	59
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Les répondants ont été nombreux (68%) à investir dans les trois années précédant la dernière enquête réalisé leurs investissements. Les projets évoqués concernent principalement le renouvellement ou la modernisation des équipements plutôt qu'un accroissement des capacités de production. On peut y voir aussi le résultat de la tempête de 1999 qui a lourdement touché la région.

Cette dynamique d'investissement est, selon l'enquête, appelée à se tasser, puisque les répondants ne sont plus que 41% à envisager de nouveaux investissements à trois ans.

Pour les producteurs détaillants, les projets concernent des aménagements d'accueil du public sur l'exploitation, plus que des investissements productifs.

## Des projets de développement pour moins d'un tiers des répondants

Développement de la production ?	Prévu lors de la précédente enquête 1999 (%)	Prévu dans les 3 prochaines années (%)
Oui	48	30
No	52	70
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Moins d'un tiers des producteurs interrogés envisagent de développer leur production. Parmi, eux on retrouve une majorité de producteurs positionnés sur le marché de la distribution (spécialisée et non spécialisée).

## Des préoccupations liées à un contexte concurrentiel difficile.

### Exercice 1999

Préoccupations principales	%
La baisse des prix	<b>25,4%</b>
La montée des GMS	<b>16,4%</b>
La pression des concurrents étrangers	<b>13,2%</b>
La pression des concurrents locaux	12,9%
Le développement des jardinerie	12,9%
L'isolement professionnel	7,0%
L'évolution de la demande	6,6%
Le manque d'information	5,6%
<i>TOTAL réponses enquêtes qualitative</i>	<i>100%</i>

### Exercice 2005

Préoccupations principales	%
Disponibilité et coûts de la main d'œuvre	<b>20,7%</b>
La capacité financière	<b>13,1%</b>
La concurrence des jardinerie/GMS	<b>12,4%</b>
Contraintes réglementaires	10,3%
Renouvellement/modernisation outils	10,3%
Concurrence autres producteurs	8,3%
L'évolution de la demande	8,3%
La qualification de la main d'œuvre	6,9%
Le manque de coordination avec collègues	6,2%
Les contraintes environnementales	3,4%
<i>TOTAL réponses enquêtes qualitative</i>	<i>100%</i>

L'enquête 1999 avait mis en évidence les difficultés des producteurs à maintenir leur niveau de prix dans un contexte de forte concurrence. Les producteurs détaillants mentionnaient leurs difficultés face à la montée en puissances des GMS et des jardinerie, se jugeant moins bien armés et organisés.

Cette nouvelle enquête montre que la disponibilité et le coût de la main d'œuvre sont devenus les premières préoccupations perçues par les producteurs, suivi de la capacité financière limitée et la concurrence des jardinerie et des GMS.

La hiérarchie des problèmes évoqués par les producteurs reflète assez bien les problématiques des différentes catégories de producteurs de la région :

- Les producteurs détaillants, majoritaires sur la région, sont assez optimistes sur leurs perspectives d'avenir. Ils profitent à la fois de l'atomisation de la production régionale et d'une consommation dynamique. Certains ont pu profiter de la dynamique Horticulteurs et Pépiniéristes de France avec la mise en place d'une communication commune et l'organisation de portes ouvertes annuelles. Néanmoins une grande partie reste encore très isolée et très indépendante.
- Les entreprises de taille importante traditionnellement sur le marché de gros sont aujourd'hui en profonde mutation. L'évolution des pratiques de référencement de la distribution impose un certain regroupement de l'offre de la part des opérateurs régionaux. Les professionnels sont confrontés à un effet de taille et sont trop petits pour répondre aux opérations nationales. Certains producteurs ont choisi de se regrouper pour mutualiser leur force et sont aujourd'hui en plein développement. L'autre partie des producteurs est très attachée à son indépendance et peine à rester compétitive dans ce contexte concurrentiel.

## REPARTITION GEOGRAPHIQUE DE LA PRODUCTION

La carte ci-dessous présente les principaux indicateurs par département.

