



PHOTO : SOPARCO

Fiche expert Des concepts clé en main pour booster les ventes

Par Philippe Cohu, président de Soparco (61)

Avec le printemps, les envies de fleurs et de verdure bourgeonnent. Il suffit parfois de peu pour transformer un désir en acte d'achat : c'est parfois une plante particulièrement jolie, parfois un prix... et parfois un « petit plus ».

Se démarquer pour faire face à la concurrence vive qui sévit sur la filière horticole est devenu indispensable. Les habitudes de consommation évoluent et les horticulteurs sont confrontés à des demandes de concepts clé en main. Ils doivent aider le consommateur à faire son choix parmi une offre pléthorique, l'accompagner dans ses achats, améliorer la visibilité des produits en rayon en se distinguant de la concurrence.

Encourager le prêt-à-emporter

Offrir une préhension aisée en magasin pour des produits parfois salissants ou encombrants permet à l'horticulteur de faciliter l'acte d'achat à moindre coût. L'anse de portage sur une clayette remplie de plants en motte, ou sur un conteneur avec un rosier aux branches dotées d'épines est sans conteste une solution qui répond à la demande du consommateur de se faciliter la vie. Le client peut même porter plusieurs produits équipés d'anses de portage avec une seule main... et donc avoir plus de liberté pour continuer ses achats!

Faciliter les ventes additionnelles

Une clayette de deux godets clipsée à une autre clayette de quatre, six, huit ou dix godets permet la mise en avant de nouvelles variétés de légumes ou de plantes ornementales, de faciliter une opération de promotion ou encore de proposer des associations aux clients. Par exemple, pourquoi ne pas accompagner les plants de tomate d'oeillets d'Inde, associer salade et fenouil, et autres duos de plantes compagnes? Ces alliances doivent être faciles à présenter aux consommateurs, sans risque de confusion en-



Les solutions liées au marketing sont devenues incontournables pour valoriser la production des horticulteurs et pépiniéristes, et les aider à se faire une place dans un paysage très concurrentiel. Par exemple, il est possible d'avoir des contenants de n'importe quelle couleur pour les harmoniser avec les productions et répondre ainsi à la tendance du prêt-à-poser. PHOTO : SOPARCO

tre les produits sur les étals et disposées de manière à encourager la découverte.

Le prêt-à-poser

Les nouvelles habitudes de consommation conduisent aussi les professionnels à proposer à la vente des concepts prêts à poser. Les pots de culture décor offrent l'avantage d'une présentation esthétique que l'acheteur potentiel peut mettre directement sur sa terrasse, son balcon ou dans son jardin. Des gammes de jardinières avec des soucoupes clipsables associées aux suspensions ayant le même décor ou disponibles dans des coloris identiques invitent le client à réaliser des ensembles harmonieux. En jardinerie ou même pour la vente au détail, la mise en scène des plantes (bord de fenêtre, petite terrasse, coin salon...) lui permet de les visualiser en situation.

De la communication...

Le contenant peut être utilisé comme un vecteur de différenciation et de communication. Outre les exigences des végétaux et les conseils de culture, il peut être judicieux de préciser l'origine de la plante (drapeau bleu-blanc-rouge, label régional, marque producteur...), un label (Plante Bleue, Label rouge) ou des usages... Les études conso indiquent aussi que les acheteurs aiment les produits ayant une histoire. Différentes solutions permettent au producteur de mettre en place facilement sa propre commu-

nication et de convaincre le consommateur de l'intérêt de ses produits. Simple impression noire sur étiquette blanche ou étiquette en quadrichromie personnalisée, l'étiquetage s'adapte aux exigences de l'horticulture. Il peut être support de code-barres, contenir des informations sur le produit ou des QR codes ou encore attirer le regard. Les chromos sont des supports de communication utilisés depuis longtemps dans les secteurs de l'horticulture et de la pépinière. Mais leur nombre et leur forme se sont développés de façon très importante au cours des dernières années. Le contenant doit répondre à plusieurs critères pour s'adapter: la facilité de pose, la tenue renforcée, la visibilité dans les rayons. Il existe une gamme variée de piquets facilitant la fixation des chromos et leur mise en valeur sur tout type de contenant.

... À la personnalisation

Pour ceux qui souhaitent miser sur la personnalisation, l'impression des contenants est un outil marketing très efficace. Aujourd'hui, le professionnel peut obtenir des impressions en termes de qualité de photos sur ses pots pour

véhiculer son message et son image, attirer les regards et l'intérêt du consommateur, lui apporter rapidement et simplement l'information qu'il recherche.

La couleur et les nombreuses associations possibles avec les végétaux est une des solutions les plus simples pour faire valoir une production. Dans ce cas, s'intéresser de près aux tendances couleurs et travailler avec des cabinets de tendanciers permet d'anticiper et d'accompagner l'évolution des goûts des consommateurs. Les fournisseurs rivalisent de propositions colorées sur de nombreuses gammes. Lorsque les coloris tendance existent en stock en grande quantité, les coûts et les délais

Les nouvelles habitudes de consommation conduisent aussi les professionnels à proposer à la vente des concepts prêts à poser

de livraison mettent cette solution marketing à la portée de tous. Les couleurs qui semblent avoir la côte pour l'année 2017-2018 s'orientent vers des tons plus proches des matières naturelles, tels que le bleu pastel, le gris ardoise, le vert mousse ou encore l'orange « abricot », le taupe, l'argile ou le terre naturelle. Les couleurs plus « flashy » (vert anis, fuchsia) sont en perte de vitesse. Toutefois, dans l'ensemble, ce sont la tonalité de la saison et l'harmonisation « pot et plante » qui font souvent la loi en matière de couleur. ■

de livraison mettent cette solution marketing à la portée de tous. Les couleurs qui semblent avoir la côte pour l'année 2017-2018 s'orientent vers des tons plus proches des matières naturelles, tels que le bleu pastel, le gris ardoise, le vert mousse ou encore l'orange « abricot », le taupe, l'argile ou le terre naturelle. Les couleurs plus « flashy » (vert anis, fuchsia) sont en perte de vitesse. Toutefois, dans l'ensemble, ce sont la tonalité de la saison et l'harmonisation « pot et plante » qui font souvent la loi en matière de couleur. ■