

Concepts innovateurs de mise en marché

Vendre des plantes n'est plus comme c'était il y a quelques années alors que le détaillant n'avait qu'à placer les plantes dans un étalage dans l'aire de vente. De nos jours, les produits doivent être innovateurs et leur présentation, de plus en plus recherchée. La présente fiche résume quelques idées innovatrices retrouvées dans différents secteurs de l'industrie et vues un peu partout dans le monde.

Vivaces regroupées selon l'usage

Le nombre de variétés de plantes vivaces offert en jardinerie est tel que le consommateur est facilement rebuté par une sélection trop vaste. En regroupant les vivaces selon différents thèmes, on aide le consommateur à faire ses achats avec confiance. Voici quelques exemples de regroupement :

- Plantes pour fleurs coupées
- Plantes à massif (plate-bande)
- Plantes attractives pour les papillons
- Plantes couvre-sol pour rocailles et murets
- Plantes à feuillage décoratif (qui peuvent être mises en vedette à l'automne)

La pépinière Fleuron d'Anjou offre ces packs en groupe de 4 contenants assortis selon des thématiques créant chez le consommateur l'envie et non la crainte...



Photo : Fleuron d'Anjou

Emballages regroupant plus d'une plante

Les buts de ce concept sont de :

- Fournir un emballage attrayant, coloré et facile à manipuler
- Remplacer les étiquettes individuelles dans chacun des pots par une seule étiquette plus grande et comportant une information plus complète
- Augmenter le nombre de plantes vendues en les offrant en groupe



Photo : GrowerTalks

La caravane des échantillons



Photo : FloraHolland

Les consommateurs ne sont pas les seuls qui apprécient que les produits viennent à eux. Les détaillants également, en raison de leur horaire chargé, n'aiment pas toujours avoir à se déplacer. La caravane des échantillons répond à ce besoin.

- L'idée provient de FloraHolland
- Une camionnette se rend chez les producteurs inscrits et récolte chaque semaine les échantillons de produits que le producteur désire présenter.
- La camionnette parcourt un circuit d'une quarantaine d'acheteurs potentiels pour leur présenter les différents produits
- Les commandes sont alors passées directement chez le producteur
- L'acheteur s'évite des surprises et le vendeur minimise ses déplacements

- Les commentaires émis par les acheteurs au sujet des produits sont rapportés sans délais
- Les frais varient de 50 à 75 € par tournée, selon le nombre de tournées achetées à l'avance.

Étiquettes pour arbres

Les ventes d'arbres connaissent un ralentissement dans de nombreux pays. L'achat impulsif d'un arbre n'est pas fréquent et simplifier leur achat dans les jardinerie peut permettre d'obtenir des ventes supplémentaires.

Les étiquettes sur les arbres sont souvent peu attrayantes et difficiles à voir lorsque les arbres sont en feuilles et regroupés. Une étiquette qui recouvre une partie du tronc de l'arbre permet d'être vue facilement et donne de l'espace pour inscrire n'importe quel message s'adressant aux consommateurs.

Les Tree Wraps d'Horticultural Marketing & Printing sont des manchons de plastique mesurant 60 cm (24 po) qui s'enroulent autour du tronc.



Photo : GMPPro Greenhouse Management & Production

Pommiers formés



Il existe un engouement réel pour les plantes comestibles auprès des consommateurs.

Même si les plantes potagères connaissent actuellement un plus grand essor, les arbres fruitiers ne sont pas à négliger.

En France, les arbres fruitiers formés dans le but d'occuper un espace restreint sont en forte progression.

Les arbres palissés contre un mur ou en clôture, taillés en forme de palmette, en «U» simple ou double «U», ou en forme de cordon sont différentes formes fruitières pouvant être offertes au consommateur.

Cette tendance s'accompagne d'un regain d'intérêt pour les variétés locales et anciennes.



Photos : www.plantes-et-jardins.com

Fruixi, le marché mobile



Photo : Fruixi

En zone urbaine, offrir les produits directement aux consommateurs, sans que ceux-ci aient à se déplacer, a toujours eu la cote.

Le Fruixi est un concept utilisé pour offrir des fruits et légumes dans les endroits possédant une densité de population suffisamment élevée.

Il s'agit d'un vélo triporteur muni d'un étal sur lequel sont disposés les produits offerts.

Il serait simple de remplacer les denrées alimentaires par des potées fleuries ou autres productions ornementales.

Le Fruixi est une initiative du Marché solidaire Frontenac.

Portes en trompe-l'œil servant de source d'inspiration

Quand vient le temps de choisir des plantes, de nombreux consommateurs deviennent insécurisés et craignent de faire le mauvais choix. Le détaillant doit les conforter dans leurs décisions et leur faciliter la tâche

- Gasa Group (coopérative de commercialisation danoise) offre aux détaillants un concept qui permet de présenter à la clientèle des exemples d'aménagements de portes d'entrée
- Consiste en une série de 6 portes différentes de dimension réelle reproduites sur de grandes bannières
- Le détaillant peut donc exposer de manière inspirante plantes, pots, fleurs et articles de décoration comme si c'étaient de vraies portes.
- Peuvent être assemblées de différentes façons pour convenir à différents espaces dans la jardinerie.



Photo : Gasa Group

Références et autres sites Web d'intérêt :

- Beytes, Chris, Jennifer Zurko & Jennifer Polanz, 2012, *An eventful event*, GrowerTalks (August) www.ballpublishing.com/growertalks/ViewArticle.aspx?articleid=19426
- Thiery, Claude, 2011, *Plein soleil sur les fruitiers formés*, Lien horticole No 759 : 12
- Wells, Ellen C., 2007, *What's ahead for labels and tags?* GMPRO 27 (4) : 46-49
- Fleuron d'Anjou www.fleurondanjou.fr/pro/index.php?video=7#bloc_videos
- Plantes et jardins.com www.plantes-et-jardins.com
- 2011, *Fruixi : le marché mobile arrive à Montréal*, Novae <http://novae.ca/actualites/2011-06/fruixi-le-march%C3%A9-mobile-arrive-%C3%A0-montr%C3%A9al>
- Sample bus, FloraHolland www.floraholland.com/en/supplying/direct-trade/your-product-in-focus/sample-bus/
- Gasa Group www.gasagroup.com/ProductsAndServices/Marketing/Concepts/HomeGreenHome.aspx
- Hortidata www.hortidata.com
- IQDHO, Service de veille concurrentielle et commerciale en horticulture ornementale www.iqdho.com/fr/gestion-et-diffusion-des-connaissances/service-de-veille

Ce projet a été réalisé en vertu du programme d'appui financier aux regroupements et aux associations de producteurs désignés- Volet C «Appui à la réalisation de projets novateurs et structurants» du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.



© Reproduction intégrale autorisée en mentionnant toujours la source du document :
IQDHO - Produits et procédés innovateurs en horticulture ornementale - fiche Mise en marché – 2013