

# De la graine à la plante, une gestation qui exige beaucoup de soins

Il ne suffit pas de planter et d'arroser... De la graine à la plante, la gestation d'un produit horticole demande beaucoup de soins. Taille, rempotage, fertilisation, humidification, traitement phytosanitaire, autant d'étapes que les professionnels, horticulteurs et pépiniéristes, gèrent avec minutie. Regard sur une profession qui donne de la couleur et de l'âme à vos habitations.

**ANALYSE ► DES PISTES POUR SAUVER LA PROFESSION**

## Récupérer de la valeur ajoutée

PAR JEAN-MARC BERNHARD, PRÉSIDENT DU SYNDICAT DÉPARTEMENTAL DES HORTICULTEURS

**A** lors que la production horticole s'est montrée stable, voire en légère croissance, près d'un tiers des entreprises a disparu en 20 ans», annonce Jean-Marc Bernhard. Les cessations d'activité concernent notamment des établissements situés à proximité des villes : «*au prix du terrain constructible, aucun enfant ne pouvait reprendre l'affaire*».

Les entreprises qui perdurent sont celles qui se sont agrandies ou qui ont été valorisées par la création d'un commerce de détail à proximité.

### Des prix à la baisse

Constants pendant des années, les prix du marché totalement libres (Bruxelles n'intervient pas) ont induit un alignement de la concurrence : «*Les produits horticoles étant saisonniers, les grandes surfaces mènent des opérations de promotion à des prix très bas, explique Jean-Marc Bernhard. Le relèvement, de 1991 à 1994, du taux de TVA des produits horticoles a causé un énorme préjudice à notre profession. Le produit non travaillé était imposé à 5,5 %, il est passé à 18,6 %, avant de revenir à 5,5%. Il n'y a quasiment plus de marge. Phénomène plus récent, la mise en place des 35 heures a représenté un coût important. Nous sommes dans une branche*

*de production pure, qui est énormément consommatrice en main-d'œuvre : un emploi généré pour environ 45 000 € de CA. Le coût de la main-d'œuvre représente 35 à 45 % du prix de vente final.*»

Dans ce contexte de tendance à la baisse des prix, les entreprises ont du mal à investir dans un outil de production performant.

### Préparer les entreprises aux enjeux de demain

«*Nous devons trouver des pistes pour sauver la profession. Notre ambition est de donner aux entreprises les moyens de générer du profit et de récupérer la valeur ajoutée qui leur échappe. Ainsi, nous souhaitons développer la vente au détail, en créant un réseau national avec les Horticulteurs et Pépiniéristes de France (HPF). Une charte est prévue, définissant des critères et des règles, car nous ne souhaitons pas concurrencer les commerçants.*»

Président des Horticulteurs du Bas-Rhin, Jean-Marc Bernhard dirige depuis 1984 les établissements Bernhard à Ingwiller : une activité de production horticole et un commerce de fleurs. Administrateur de la Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et de la Pépinière, il s'implique dans de nombreuses fonctions : membre du



► JEAN-MARC BERNHARD

groupe de travail chargé de renforcer le lobbying horticole auprès des institutions européennes à Bruxelles, en collaboration avec l'Allemagne, le Luxembourg et l'Autriche, coordinateur de la politique horticole franco-allemande, consultant en fleurissement pour l'Agence de Développement Touristique au profit des collectivités, etc. ■



**JEAN-DANIEL KAMMERER**

## La robotisation pallie le déficit de main-d'œuvre

**N**ée en 1923, l'entreprise familiale Kammerer (30 salariés) à Geispolsheim regroupe trois sociétés spécialisées dans la production, la vente en gros, le détail et négoce de plantes vertes. Avec sa sœur Annaïck, Jean-Daniel Kammerer (3<sup>e</sup> génération) a grandi dans les serres. «À aucun moment nous n'avons envisagé d'exercer un autre métier». Jean-Daniel est titulaire d'un BTA, option floriculture, et Annaïck d'un BEP en horticulture et d'un BTA en gestion et comptabilité. Leurs employés ont des niveaux de qualification variés, du CAP au BTS, en passant par le Bac Pro. Selon Jean-Daniel Kammerer, «le métier est donné à toute personne qui a de la volonté et aime travailler avec ses mains». La jardinerie, sur 3 000 m<sup>2</sup>, regroupe les productions de l'entreprise, des bassins d'agrément et des objets de décoration. Outre les plantes, le magasin vend des graines et surtout des replants de salades et des tomates en godets. 5 000 m<sup>2</sup> sont consacrés aux productions en extérieur, 9 000 m<sup>2</sup> sont sous serre. Originalité du site : l'automatisation, mise en place dès 1997. «Mon père a souvent été précurseur, il a toujours investi et fait évoluer l'affaire avec de nouvelles techniques. Nous étions les troisièmes en France à utiliser des machines robotisées. Un ordinateur climatique gère le chauffage, l'aération et les écrans thermiques. Un autre est dédié à la fertilisation, il gère l'engrais qu'on donne aux plantes. Une rempoteuse-robot dirige le repiquage et le remplissage de plaques... C'est ainsi que nous avons réussi à pallier le manque de main-

*d'œuvre. Le métier n'attire guère : il est physique, on est debout toute la journée, une grande partie de la production se fait au sol. Si les conditions sont agréables en hiver de par le chauffage, en été la température est très élevée, puisque nous atteignons les 45°. L'hygrométrie est également importante.»*

### Le manque d'attrait des jeunes pour la profession

Jean-Daniel Kammerer regrette qu'au niveau de l'Éducation nationale, on n'oriente pas plus les jeunes vers la voie de l'apprentissage. «Il faudrait communiquer sur le côté «moderne» de l'horticulture.»

Les trois sociétés occupent une trentaine de personnes, dont sept à la production. Une production en pointillé : la production estivale représente 40 % du CA, la Toussaint 25 %. Le printemps, consacré aux primevères, constitue 15 % des ventes. Entre-temps, les ventes s'écroulent. C'est une période réservée aux congés, bien que le travail de production et de contrôle de la culture perdure. Son principal souci est la concurrence de l'industrie hollandaise. «Seuls la qualité et le service nous permettent de survivre.»

Les collectivités locales et les communes sont les principaux clients de l'entreprise, dont les produits sont référencés en centrales d'achat, jardineries et fleuristes. La vente en gros constitue près de 70 % des ventes. ■

### ► LE SYNDICAT DÉPARTEMENTAL DES HORTICULTEURS DU BAS-RHIN

Président de la structure départementale de la fédération nationale depuis 1997, Jean-Marc Bernhard transmet à ses adhérents (une cinquantaine dans le Bas-Rhin) toutes les informations d'actualité juridique, sociale, fiscale et surtout réglementaire. «Ce sont des problématiques difficiles à aborder, comme l'évaluation des risques en entreprise ou la réglementation des produits phytosanitaires. Il a également participé à la création d'un observatoire économique sur le Grand-Est. L'adhésion au syndicat permet aux horticulteurs et pépiniéristes de profiter des services de Flhoreal, filière horticole régionale alsacienne, créé en septembre 2002 pour développer des opérations de qualité et l'expérimentation.

[ Contact ] 03 88 89 45 34



► JEAN-DANIEL KAMMERER



## ► LE MARCHÉ EN ALSACE

- 200 producteurs (horticulteurs et pépiniéristes)
- 80 M € de CA, correspondant à 4,5 % de la production française
- plus de 50 % du CA sont réalisés par des entreprises de tailles régionale et nationale : producteurs de jeunes plants, cultures très spécialisées et entreprises vendant aux revendeurs comme les fleuristes, les jardinerie, les GMS
- 2/3 des entreprises réalisent plus de 60 % de leur CA directement au détail, avec un bon maillage sur la région et un service de proximité apprécié
- 50 % des entreprises réalisent moins de 150 000 € de CA

Source : Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et des Pépinières, Syndicat départemental.



## ► LA FÉDÉRATION NATIONALE DES PRODUCTEURS DE L'HORTICULTURE ET DES PÉPINIÈRES (PARIS)

Forte de sa représentation départementale régionale, la FNPHP assure la défense et la promotion des entreprises de production auprès des pouvoirs publics. Pour les entreprises du secteur, c'est à la fois un lieu de concertation et d'échanges avec des services compétents où s'élaborent toutes les actions collectives et un bulletin interne pour répondre à leurs besoins spécifiques.

[ Contact ] 01 42 38 63 63

## DOMINIQUE GAESSLER

# Spécialisé en jeunes plants

**D**ominique Gaessler dirige depuis 2000 deux sites de production horticole, à Benfeld et à Hindisheim. Le premier avait été repris par son père en 1962. Il y emploie deux salariés en production (2 500 m<sup>2</sup> consacrés à différentes cultures, dont les primevères d'appartement) et quatre au magasin adjacent, qui propose également des fleurs coupées et des objets de décoration.

C'est en 1981 qu'il a racheté avec son père les serres d'Hindisheim, créant une société civile agricole (huit salariés). 5 000 m<sup>2</sup> de verre et 800 m<sup>2</sup> de tunnel sont dédiés à la production de plantes fleuries et de jeunes plants. Ce qui fait l'originalité de l'entreprise est la spécificité jeunes plants, particulièrement développée à partir de 1981. « Nous produisons différentes plantes issues de boutures que nous revendons à d'autres horticulteurs.

### Un travail minutieux et valorisant

*La culture se fait sur une durée de deux à cinq mois et nécessite une forte main-d'œuvre. Mes employés ont pour la plupart été formés sur le tas. Les diplômés ne se justifient pas forcément dans notre métier, excepté pour la fonction de chef de culture. De niveau BTS, celui-ci a des compétences particulières en production florale. Il s'occupe de tout ce qui est fertilisation et suivi sanitaire des cultures. Il connaît les besoins en engrais de chaque plante, et définit les traitements phytosanitaires destinés à combattre les champignons et insectes ». Travail minutieux, fait souvent debout, mais valorisant : « ce qui est beau c'est de voir l'évolution de la plante ».*

### Salons professionnels et bouche à oreille

Cette activité représente environ 50 % de son chiffre d'affaires, réalisés auprès d'horticulteurs situés sur l'ensemble de la France. Pratiquement toutes les régions sont couvertes, excepté le sud-ouest. Le résultat d'une communication dans des salons professionnels nationaux, mais aussi du bouche à oreille. C'est une société commerciale qui distribue ses produits.

Les autres productions sont les plantes fleuries, vendues essentiellement aux grossistes et centrales d'achat. La vente au détail se fait essentiellement en saison : ce sont les géraniums et plantes à massif au mois de mai, les chrysanthèmes à l'automne et les poinsettias en décembre.



► DOMINIQUE GAESSLER

Si son activité est assez bien répartie dans l'année, il s'adapte sans cesse aux évolutions de la production et de la vente. C'est ainsi qu'il a arrêté la micromotte (plante issue d'une graine et vendue dans une petite motte) il y a 5 ans, puis les bégonias et Saint-Paulin. Motif : les prix plus compétitifs de la concurrence étrangère, hollandaise, allemande et belge. Régulièrement, il remplace ou complète ses cultures par d'autres plantes.

« Chaque année, je me remets en question : les coûts de la main-d'œuvre augmentent sans cesse. Tôt ou tard nous ne serons plus compétitifs par rapport aux pays qui produisent à bas prix. Nous sommes soumis à des conditions climatiques difficiles. Les hivers froids impliquent des coûts de chauffage élevés. C'est d'ailleurs le deuxième poste après la main-d'œuvre. Pour vous donner une idée : le coût du m<sup>2</sup> chauffé est de 15 €. Sur 6 000 m<sup>2</sup> cela fait 90 000 €. Si le prix du pétrole augmente, nous serons obligés d'augmenter le prix de la plante. Difficile de justifier la différence auprès des consommateurs. Il faudrait avoir des installations modernes, et cela coûte très cher. » ■

JEAN-LOUIS RICHTER

# La bruyère sous toutes les couleurs

**D**irigées par Jean-Louis Richter et sa sœur, Agnès Jambert, les Cultures florales d'Alsace (Walbourg) sont spécialisées dans la production de bruyères vivaces, et plus particulièrement les callunas vulgaires, destinées à des jardins, des balconnières, des massifs ou des jardins. Cultivées en pots atteignant 10 à 40 cm de hauteur, ces bruyères sont de différentes couleurs : blanc, rose, rouge. L'acquisition, il y a un an, d'un nouveau site à Morsbronn-les-Bains leur a permis de doubler la production. Ce qui leur permet de se démarquer par rapport à la concurrence, essentiellement allemande, est un produit de qualité avec des variétés protégées (sous licence). Les couleurs sont plus soutenues, le port de la plante offre plus de tenue. Innovation récente : l'utilisation d'une teinture spéciale «végétal color», pour teinter les callunas. Bleu, jaune, vert, violet, ces peintures écologiques ne colorent que le bouton floral, elles ne sont nocives, ni pour la plante ni pour l'environnement. Elles résistent à la pluie et au gel.

## Capacité de production accrue

En reprenant l'entreprise familiale en 1989, Agnès et Jean-Louis ont choisi de se spécialiser dans la bruyère, arrêtant la production de géraniums et de plantes à massifs. «*Nous avons augmenté notre capacité de production pour être plus efficaces au niveau de la qualité et compétitifs au niveau de la concurrence.*

*C'est aussi par souci d'organisation du travail.*» À Walbourg, une dizaine de personnes sont employées à la production, assistées en saison par des étudiants. Périodes hautes : le rempotage, de février à avril, le bouturage en été et en hiver et la commercialisation – préparation des commandes à l'automne. Entre temps, il s'agit de tailler régulièrement les plantes afin qu'elles prennent du volume et de les traiter contre les maladies. Contrairement à la plupart de ses collègues horticulteurs, Jean-Louis Richter consomme peu de chauffage : «*c'est une culture froide, je ne chauffe qu'en cas de gel.*»

Au total, 5 000 m<sup>2</sup> de surface sous serre abritent les jeunes pousses et 12 ha en plein air (sur les deux sites) sont consacrés au rempotage de février à fin octobre. Près de 2,2 millions d'unités sont produites par an, 60 % partent à l'export. Beaucoup en Belgique, qui elle-même exporte vers l'Angleterre et l'Italie, mais aussi en Suisse, en Allemagne, en Autriche et... en Hollande ! La saison de commercialisation démarre au printemps et se termine à la Toussaint. Il faut compter au minimum un an et demi pour arriver à faire pousser une petite plante. ■



► JEAN-LOUIS RICHTER

## ► LES PRODUCTIONS

Plantes en pot vertes et fleuries (bégonias, cyclamens, azalées), d'intérieur (ficus, asparagus, cholophytums), plantes à massif (pensées, bégonias, géraniums, impatiens, pétunias, primevères), jeunes plants horticoles, etc.

## ► LA PRODUCTION HORTICOLE EN FRANCE

Le marché français est estimé à plus de 98 milliards € à la consommation, il est en croissance régulière de 3 à 5 % sur les dix dernières années (tendance semblable sur le marché européen). L'horticulture ornementale (22 000 hectares, dont 2 300 hectares couverts) comprend 6 000 à 8 000 entreprises de production, de la PME de structure familiale (en majorité) à la société de plus de 100 salariés. Il y a près de 26 000 entreprises de négoce, 8 300 entreprises de services (paysagistes, reboiseurs, élagueurs, etc) pour un CA total d'environ 328 milliards € incluant les végétaux, les travaux et les fournitures. ■

**LE POINT ECO**

**Annonces  
cet espace vous  
est réservé !**

**PERFORMANCE  
MEDIA**

Contactez Nathalie Bohl  
Tél. 03 88 78 47 73  
Fax. 03 88 78 87 50  
n.bohl@performance-media.fr