



COMPTE RENDU

Réunion commission Fleurs de France du 28 juin 2019

Gnis – Paris

Prochaines dates

Judi 12 septembre de 9h à 12h à Nantes au Salon du végétal : Réunion par groupe de travail

Horaires de la réunion Début : 10h Fin : 16h

Ordre du jour

- Validation du dernier compte-rendu
- Vie d'Excellence Végétale (arrivée de Thibault Dartois)
- Validation de la Charte projet
- Positionnement de la Commission sur la marque Fleurs de France suite à la demande faite auprès du CA VAL'HOR par l'AFSNN pour la marque « Les sapins de France »
- Mise en place Enquête de perception Marque Fleurs de France auprès du Grand Public
- Surveillance Internet sur le logo Fleurs de France
- Site internet : mise en ligne des CR (oui/non, version allégée ? ...), quelle MAJ à faire ? quel souhait d'évolution ?
- Évènement du 20 septembre 2019 porté par l'APAF (Association des Produits Agricoles de France)
- Mise à jour du référentiel Fleurs de France
- Kit de communication pour les points de vente sur Fleurs de France

Présents, absents et excusés : cf. annexe

I. Validation du dernier compte-rendu

Le compte-rendu de la réunion du 11 avril 2019 est validé à l'unanimité.

Marie LEVAUX remercie la commission pour son élection au poste de présidente.

Elle fait les constats suivants sur la situation de l'horticulture en France :

1. Faible consommation
2. Disparité dans l'Union Européenne, notamment sur la question des phytos et de la méthode de production. Il faut valoriser la production française.
3. Déséquilibre de la balance commerciale
4. Demande du consommateur :
 - Eco-responsabilité (production vertueuse, impact de la production sur l'environnement, sécurité et traçabilité)

- Achat local en développement. Cette tendance fait suite aux différentes crises alimentaires. Les consommateurs ont besoin de tracer l'origine.
- Volonté de consommer moins mais mieux (achat raisonnée).

La marque Fleurs de France apparaît donc à la croisée des chemins : exige la certification des producteurs pour le consommateur et sécurise les acheteurs professionnels.

De plus, l'avantage du logo hexagonal, utilisé par les associations de production sur plusieurs secteurs (viande, œuf, ...), est qu'il est facile à reconnaître et surtout utilisable par d'autres.

Il apparaît nécessaire de construire en profondeur la marque avec un apport de connaissances (mise à disposition d'outils de gestion), avec une plus grande visibilité médias et de se doter d'outils de communication. Enfin, la surveillance, le contrôle et la veille technique et réglementaire chez les opérateurs permettent d'asseoir la marque Fleurs de France qui devient une évidence.

Excellence Végétale est là pour accompagner ce travail et le coordonner.

II. Vie d'Excellence Végétale

Arrivé le 01/07/19 de Thibault DARTOIS au poste de Chargé de mission.

Dans son périmètre, il sera en charge des signes interprofessionnels :

- Plante Bleue
- Fleurs de France

Ainsi que des SIQO :

- Section Label Rouge Terreau
- Section Label Rouge Gazon
- Section IGP Sapin de Noël du Morvan

De plus, il viendra en appui sur le volet communication d'Excellence Végétale :

- Site Internet
- Articles de presse
- Salons
- Etc...

Mise en place d'enquêtes par Excellence Végétale lors de participation à des manifestations Grands Publics (voir résultat SIA, Printemps de Terra et Fête de la Rose de Bagatelle).

Présentation de la gouvernance au sein d'Excellence Végétale (cf graphique).

Point sur la formation du 02/07 (Michel Nicou représentera la commission) avec pour objet « Attitude et comportement en Gestion de projet »

Présentation succincte sur le test pour le portail collaboratif appelé La Ruche avec ses objectifs et finalités.

III. Validation de la Charte Projet

Cf. présentation de Sylvie Robert jointe à ce compte rendu.

La commission insiste sur le fait qu'il faut valoriser et renforcer le cadre de la marque aussi bien pour les producteurs que pour les consommateurs.

Il est nécessaire d'impliquer encore plus les distributeurs. Selon les enquêtes Excellence Végétale, réalisées lors d'événements auxquels Excellence Végétale participe, la majorité des consommateurs ayant connaissance de Fleurs de France ou encore du Label Rouge sont par le biais des jardineries. Leur contribution et partenariat est donc indispensable. C'est un bon vecteur de communication.

Réflexion sur la mise en place d'un nom régional (ex : Fleurs de France de Bretagne). Il faut se renseigner auprès des régions afin de voir si cela est possible à mettre en place et si elles peuvent financer.

Il est impossible dans le cadre de l'UE que l'état finance la promotion d'une marque nationale sur son territoire (concurrence déloyale).

Il apparaît obligatoire à la commission de lier Plante Bleue et Fleurs de France. Le nouveau chargé de mission, Thibault, apparaît être ce lien entre les deux car 50% de son temps est dédiée à l'animation et la coordination des ces signes.

IV. Positionnement de la Commission sur la marque Fleurs de France suite à la demande faite auprès du CA VAL'HOR par l'AFSNN pour la marque « Les sapins de France »

Suite à la demande de l'AFSNN pour l'utilisation de « Sapin de France » au lieu de « Fleurs de France », une étude a été lancée par VAL'HOR lors de son dernier CA de juin sur l'impact du nom Fleurs ou plantes ou arbres « de France ».

Pour ce faire, Kantar Sofrès a été mandaté pour mener cette étude.

La question du nom est politique. La commission se prononce donc à titre informatif. Les administrateurs de VAL'HOR prendront la décision finale.

La commission n'est pas favorable à une déclinaison de la marque Fleurs de France par variété mais elle réfléchit à la mise en place d'une déclinaison régionale (ex : Fleurs de France de Bretagne). Une prise de renseignement auprès des régions est nécessaire et va débiter cet été.

V. Mise en place Enquête de perception Marque Fleurs de France auprès du Grand Public

Organisation lors du Salon du Végétal d'un atelier, « La main dans le bac », ayant pour objectif de comprendre le choix du consommateur dans ses achats.

Astredhor organise cela lors du Salon du Végétal 2019. L'institut va proposer différentes gammes de végétaux (standard, Label Rouge, IGP, Fleurs de France ou encore AB, ...) aux visiteurs Grands publics. Les visiteurs devront choisir les plantes qu'ils auraient acheté dans le commerce et expliquer ce choix.

Les visiteurs amateurs attendus sont essentiellement nantais et ne sont pas représentatifs de la population. L'objectif est de valider la méthode et le protocole pour lui donner une ampleur nationale par la suite. L'idée est de solliciter les consommateurs via les distributeurs sur une journée pour mener une enquête sur le principe de la main dans le bac à l'échelle nationale d'ici 2021. Et ce grâce au soutien et à l'aide de l'interprofession, de l'INAO et du ministère de l'agriculture.

Au vu de l'importance de la communication auprès du Grand public ainsi que des professionnels, un groupe de travail lié au groupe « Outils de communication » nommé « Promotion » est créé. Les membres de ce groupe de travail sont Marie LEVAUX, Alan MAIGNANT, Romain MANCEAU, Thibault DARTOIS, Titouan GUEDON et Aline HAERINGER est invitée à participer

VI. Surveillance Internet sur le logo Fleurs de France

- Cf diapo jointes

Thibault DARTOIS sera en charge de la surveillance et du reporting annuel à la commission.

Il est nécessaire pour la commission d'élargir la surveillance à la presse et à la télévision et d'avoir une formation sur la gestion de crise.

VII. Site internet : mise en ligne des CR (Compte rendu) (oui/non, version allégée ? ...), quelle MAJ à faire, quel souhait d'évolution

- Mettre en place quelque chose de simple et pédagogique
- Ajout sur Excellence Végétale, d'une section « Commission Fleurs de France » avec un texte de présentation, les groupes de travail, les objectifs, le tableau de bord et un bref historique.
- Idée de mettre en place une websérie sur Youtube en faisant appel à des producteurs pour témoigner sur Fleurs de France.

VIII. Évènement du 20 septembre 2019 porté par l'APAF (Association des produits agricoles de France)

- Cf diapo jointes
- Les Producteurs sélectionnés pour participer : Cannebeth, Hortival diffusion, Pépinières Desmartis, Bigot Fleurs, Domaine de Chapelan, Taugourdeau, Fleuron d'Anjou, Marché aux Fleurs de Hyères, Benoist Horticulture, Barrault Horticulture, Frédéric Naudet, Lavedeau (Cerdys), Pépinières Travers, France Pilté, Pépinières Javoy, Pépinières Ogereau, Roseraie Félix, Truffaut, Thomas Roué, Keranvran, Greencap France, Ernest Turc, Pépinières La Forêt, Kerisnel via Mickaël Mercier, Pépinières de la Bamboueraie DenisForge, Froger Fleurs, M'fleuravec BENOIT Mariné, Pépinières Chauviré, Michel Leborgne.
- Excellence Végétale fait l'invitation et le texte explicatif sur l'évènement ministériel et la participation et le rôle de chacun.

IX. Mise à jour du référentiel Fleurs de France

- Besoin de le rendre concret et de rappeler le cadre
- Besoin d'un raccord en termes de valorisation, garantie sur la partie « Qu'est-ce que Fleurs de France et l'engagement ? »
- Objectif de faire simple pour que tout le monde puisse se l'approprier et ce, sans surcoût.
- Souhait de se rapprocher de PB pour combiner les audits FDF et PB sans surcoût supplémentaire
- Réflexion sur les sanctions à mettre suite à des constats de non-conformité (Plan de contrôle). Définir les fréquences de contrôle, durée de l'audit, coût, ... Voir à essayer de s'aligner sur Plante Bleue
- Réflexion sur le mode de contrôle des distributeurs/metteurs en marché (Jardinerie, GSA, Fleuristerie, GSB,...). Comment le financer ? Participation forfaitaire envisagée pour les distributeurs engagés pouvant financer le contrôle des non engagés utilisant la marque Fleurs de France. Attention de rentrer dans une logique « Qualité » et non politique. Se rapprocher de la DGCCRF pour la mise en œuvre « autocontrôle » reconnu par l'état.

- Faire s'engager par la signature de la charte Fleurs de France les fabricants de pots et chromos (Mauryflor, Floramedia, Horticolor,...) pour sécurisation de la fabrication et augmenter le niveau de contrôle.
- Prévoir un bilan annuel sur les contrevenants de la marque Fleurs de France.

=> Pour les distributeurs : prévoir courrier de sensibilisation.. Michel NICOU fait la trame pour le 12/09.

X. Kit de communication pour les PDV sur Fleurs de France

Excellence Végétale a été contactée par la FNMJ pour réaliser un Kit de communication aux jardinerie (demande des jardinerie).

Après échanges avec ces derniers, la réflexion a abouti sur la création d'outils (affiche A3 à afficher à l'entrée, boîte distributrice pour flyers) disponible à compter du 1^{er} trimestre 2020 sur les thèmes du Label Rouge et de Fleurs de France.

Les affiches et boites distributrices Fleurs de France pourront être achetées par les jardinerie le souhaitant. Un tarif préférentiel sera pratiqué pour les adhérents d'Excellence Végétale et signataire de la Charte.

Par ailleurs, la FNMJ souhaite prendre en charge les frais de port de ses adhérents.

De plus, des PDF seront mis à disposition et seront personnalisables. Ces PDF pourront être imprimés pour être disposés sur les tablards afin de servir de signalétique.

Les maquettes seront présentées lors du prochain Salon du végétal lors de la journée « Distributeurs » du 10 septembre.

Un point de vigilance est apporté sur la gestion des affiches et leur stockage (Etude de partenariat avec Mauryflor pour l'impression et le stockage).

ANNEXE

			<u>PRESENT(E)</u>	<u>EXCUSE(E)</u>	<u>ABSENT(E)</u>
ABADIE	Patrick	Truffaut	X		
ALARY	Philippe	Rosedor		X	
BOUCHETOUT	Sébastien	Aquarelle	X		
BODIN	Etienne	FNMJ		X	
DUPERRAY	Aurélie	Vivaplante		X	
FORGE	Denis	Pépinières de la bambouseraie		X	
GAY	Sébastien	Botanic ®		X	
GUEDON	Titouan	Bigot Fleurs	X		
LAVIDALE	Pauline	Pépinières Desmartis	X		
LECLERCQ	Marie	Rosedor		X	
LE GALL	Solenn	Excellence Végétale		X	
LEBORGNE	Michel	FNPHP			X
LEVAUX	Marie	Entreprise horticole du Cannebeth	X		
LOUCKY	Magali	Cerdys		X	
MAIGNANT	Allan	Astredhor	X		
MANCEAU	Romain	VAL'HOR	X		
NAUDET	Frédéric	Naudet Sapins			X
NICOU	Michel	Hortival Diffusion	X		
PAULY	François	FNMJ		X	
REVILLET	Chloé	Excellence Végétale	X		
ROBERT	Sylvie	Excellence Végétale	X		
SAUVEBOIS	Cyrille	Le temps d'une fleur			X