

strategy&

Part of the PwC network

Val'hor - Etude d'impact économique du Covid-19

Version avec les données comptables de 2021

En co-traitance avec



et



19/10/2021



Avec le soutien de



Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

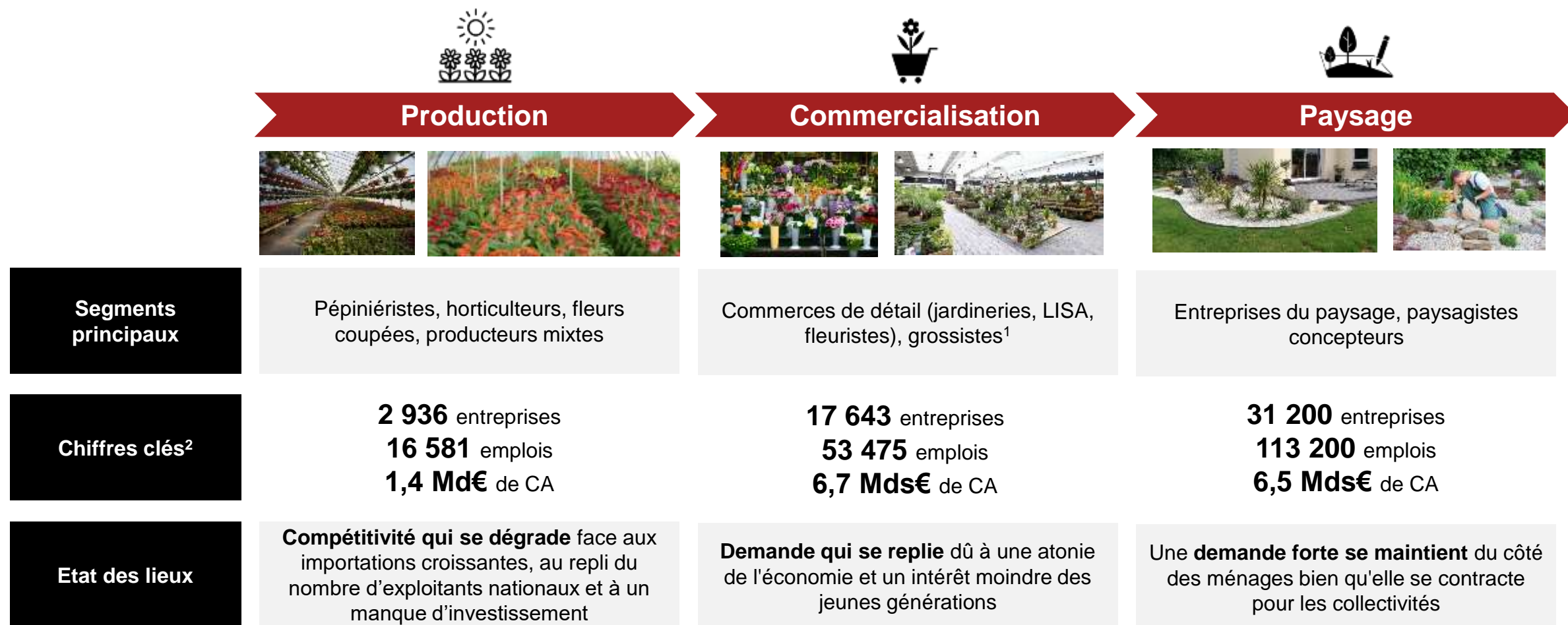
Les perspectives à fin 2021

Annexes



La filière horticole française est dynamique dans les services malgré quelques difficultés dans la production et la distribution

Etat des lieux de la filière horticole française

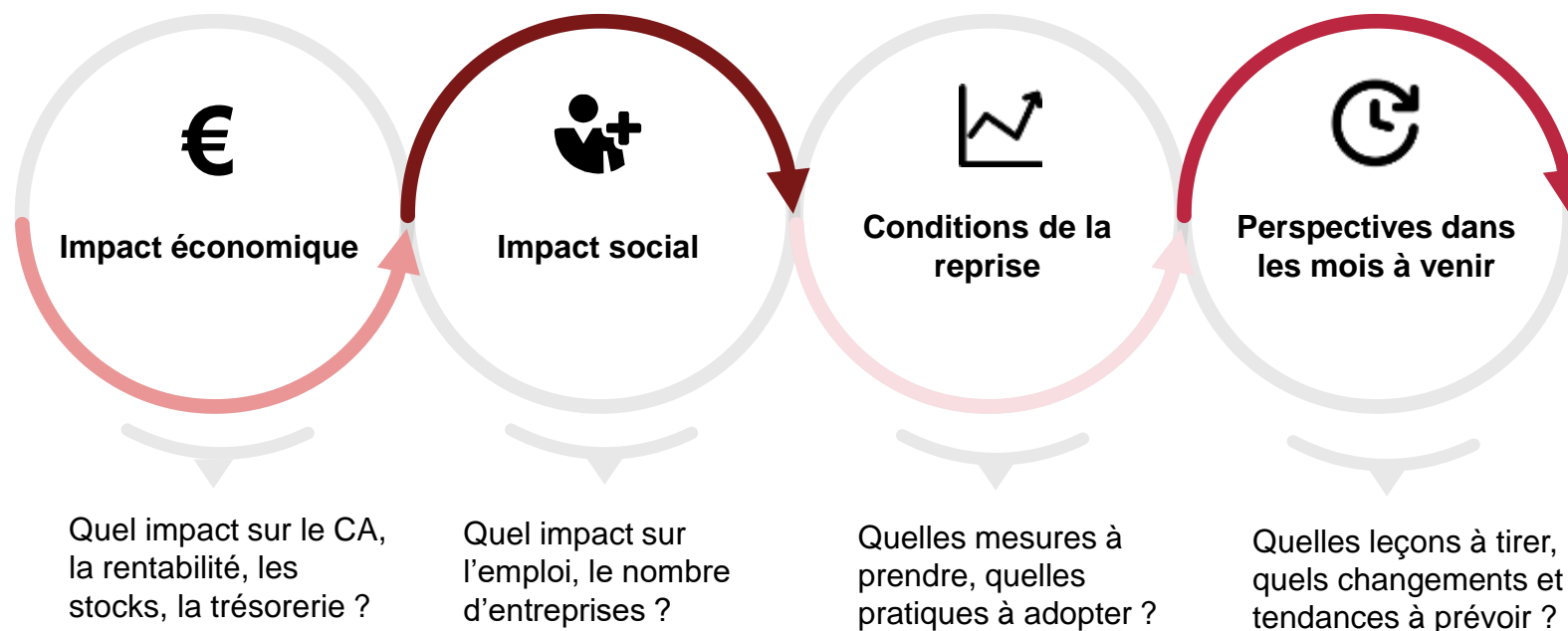


L'étude a pour objectif d'évaluer les impacts de la crise du Covid-19 et des périodes de confinement de 2020 sur l'ensemble de la filière du végétal

Objectifs

- 1 Evaluer l'impact économique de la crise du Covid-19 sur la filière horticole
- 2 Alimenter les réflexions stratégiques en cours
- 3 Soutenir les communications de Val'hor auprès des pouvoirs publics et des adhérents

Questions clés



Notre méthodologie combine une approche quantitative et qualitative afin d'obtenir une vision objective et globale



L'approche quantitative

- L'approche quantitative vise à collecter des données quantitatives fiables et représentatives pour **objectiver la situation** de la filière et crédibiliser le discours, notamment auprès des pouvoirs publics
- Un questionnaire a été mis au point et envoyé à des entreprises de la filière, **récoltant les données de la part de 1927 entreprises** dont :
 - ✓ 534 dans la production (180 horticulteurs, 175 pépiniéristes, 179 entreprises de fleurs coupées)
 - ✓ 763 dans la commercialisation (515 fleuristes, 229 jardinerie-graineteries-LISA et 19 commerces de gros)
 - ✓ 630 dans le paysage (419 entreprises du paysage et 211 paysagistes concepteurs)



L'approche qualitative

- L'approche qualitative vise à compléter l'approche quantitative afin d'avoir une **vision plus complète et globale** des problématiques pour solidifier l'argumentaire
- **9 entretiens** ont été menés en septembre 2020 avec des chefs d'entreprises et professionnels des fédérations de Val'hor, représentant l'ensemble des métiers de la filière (horticulteurs, grossistes, semenciers, entrepreneurs du paysage, professionnels de la jardinerie, fleuristes, pépiniéristes)
- **2 entretiens** ont été menés en septembre 2021 avec des professionnels de secteurs connexes à la filière (un producteur de pots et un producteur de terreau)



Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Impacts CA

Impacts emplois

Impacts cessations d'activité

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

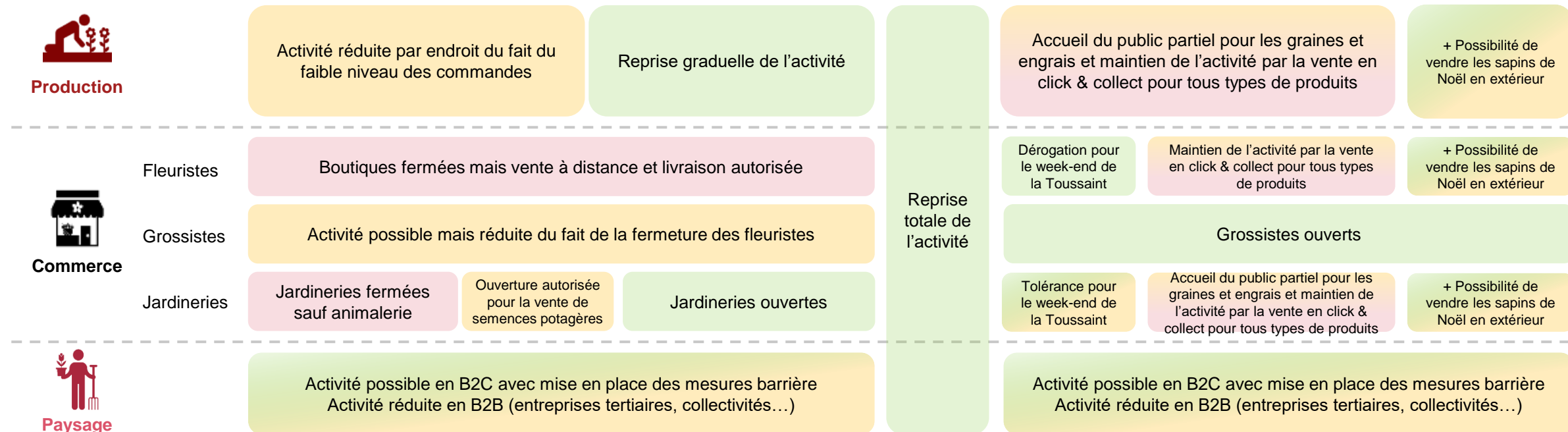
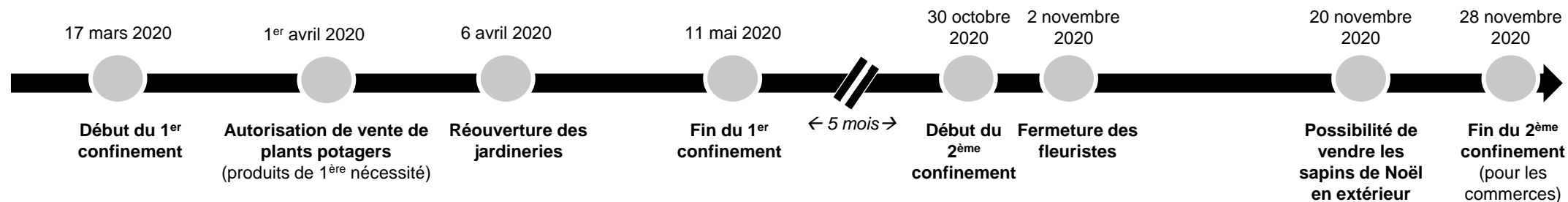
Les perspectives à fin 2021

Annexes



Tous les métiers de la filière n'ont pas été touchés de la même manière par les mesures de confinement en 2020

Chronologie des mesures de confinement pour les différents métiers de la filière



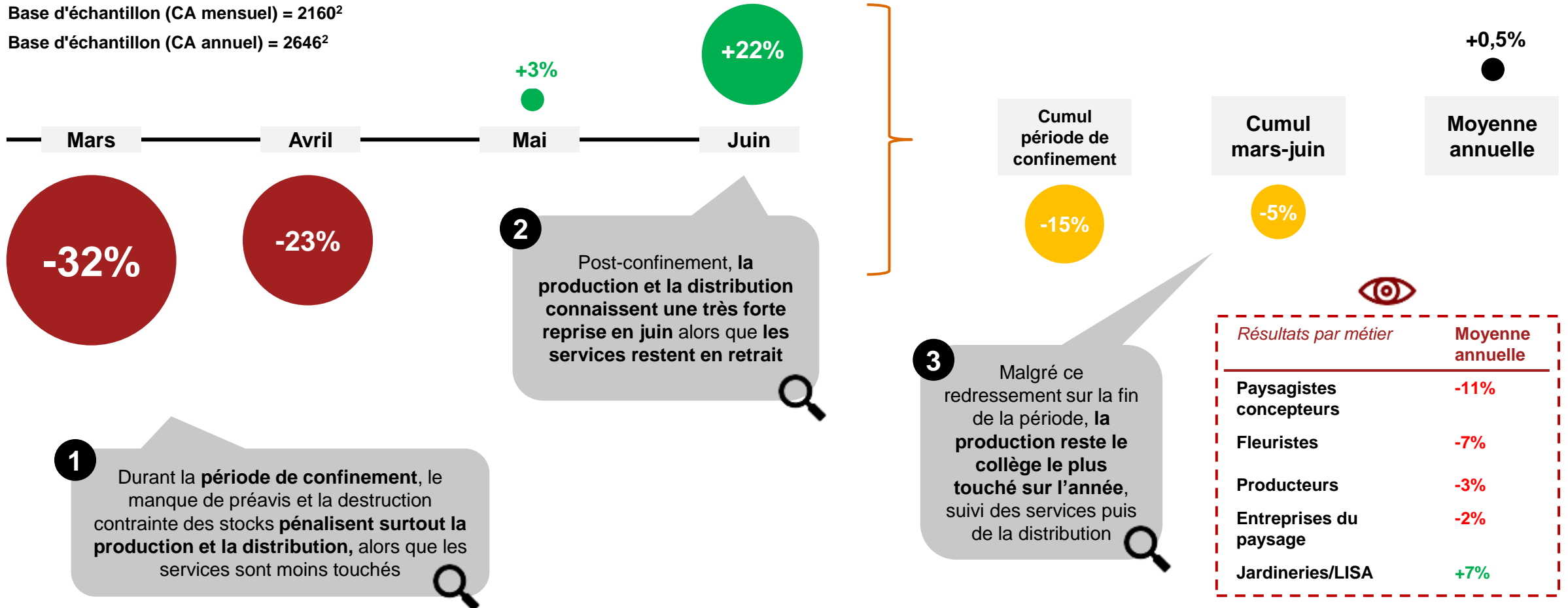


La filière enregistre en 2020 une décroissance dans la plupart des segments, compensée par une meilleure performance des jardineries et LISA

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 dans la filière¹

Base d'échantillon (CA mensuel) = 2160²

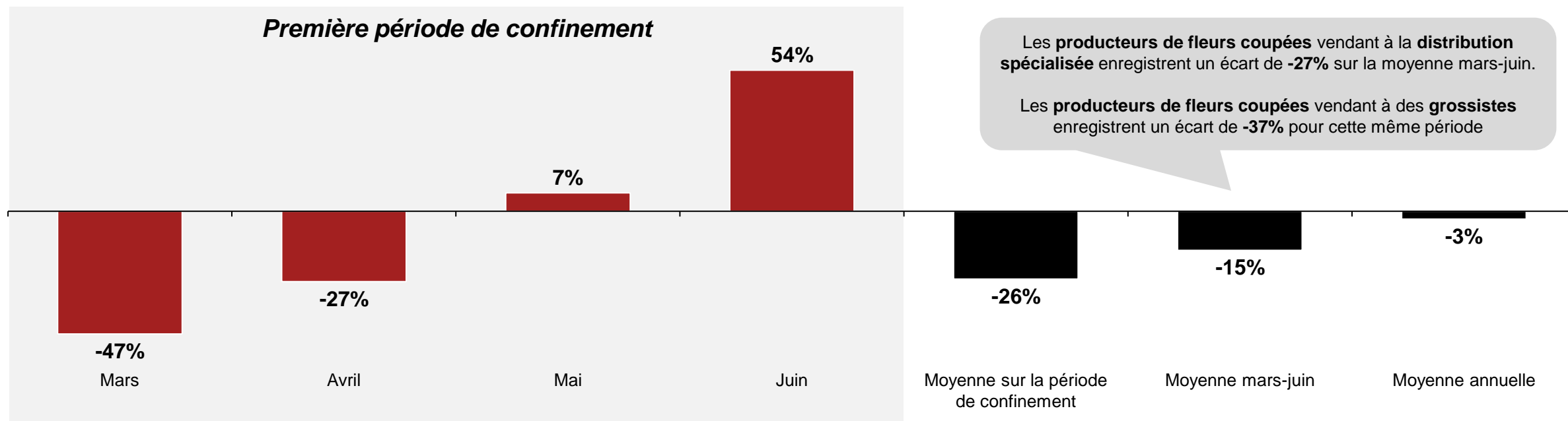
Base d'échantillon (CA annuel) = 2646²





La production enregistre une baisse de CA de -15% de mars à juin 2020 et de -3% à l'année

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 dans la production



Base d'échantillon (CA mensuel) = 308

Base d'échantillon (CA annuel) = 411



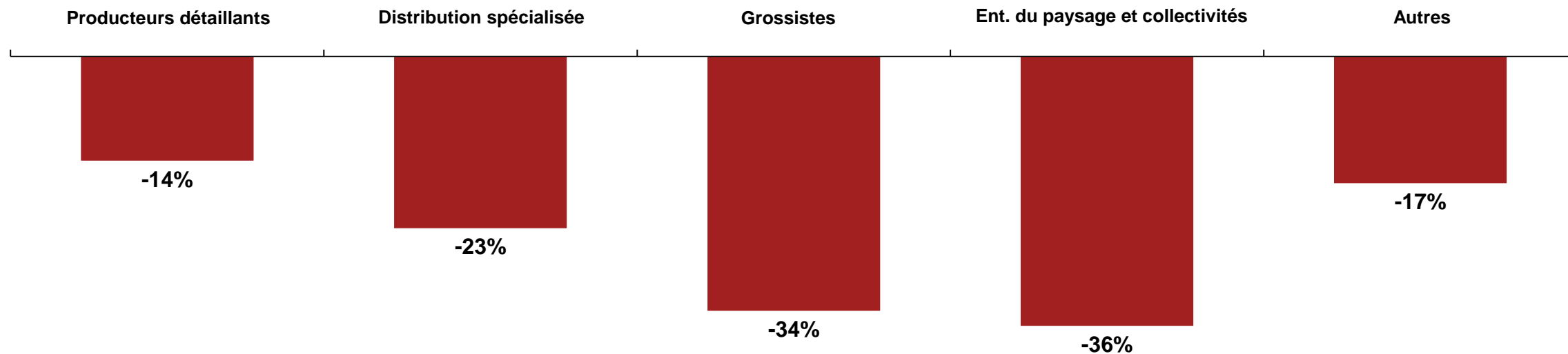
Les principales difficultés ont été :

1. La **destruction très soudaine des stocks** suite à l'annonce du confinement
2. L'**ajustement de la production** face à des taux de vente très faibles des gammes de produits les plus vendus habituellement en mars-avril et une offre insuffisante lors de la reprise en mai. Les délais de production en pépinière sont trop longs pour un ajustement rapide de l'offre
3. La **pénurie de main-d'œuvre saisonnière** dans un contexte sanitaire difficile



Les producteurs vendant à la distribution spécialisée, aux ent. du paysage & collectivités et aux grossistes subissent les plus lourdes pertes

Pertes moyennes de chiffre d'affaires sur la période mars-mai selon le marché des producteurs



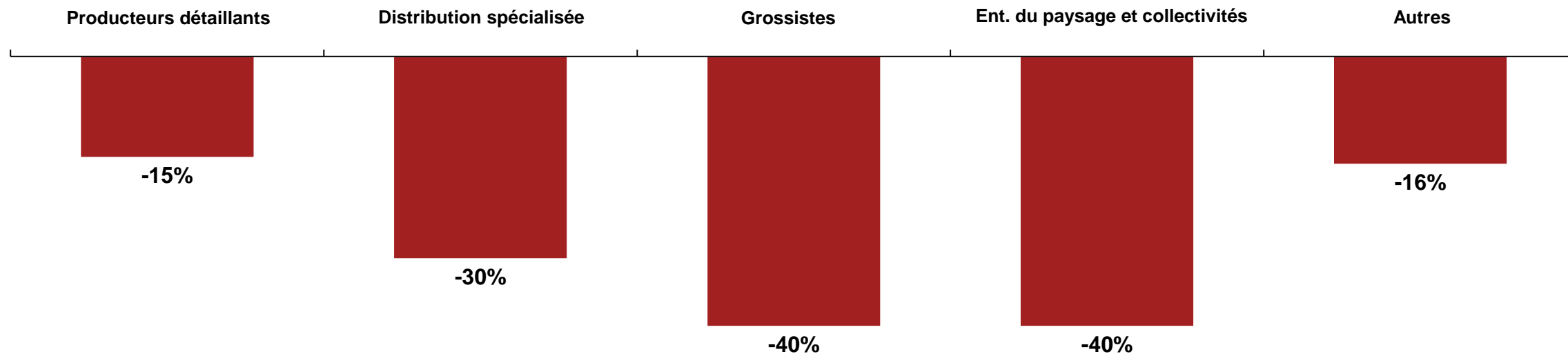
Base d'échantillon = 308

Parmi les producteurs vendant aux grossistes, **les producteurs de fleurs coupées ont été plus impactés** par la crise que les horticulteurs



Les producteurs vendant à la distribution spécialisée, aux ent. du paysage & collectivités et aux grossistes subissent les plus lourdes pertes

Pertes moyennes de chiffre d'affaires strictement durant la période du premier confinement¹ selon le marché des producteurs



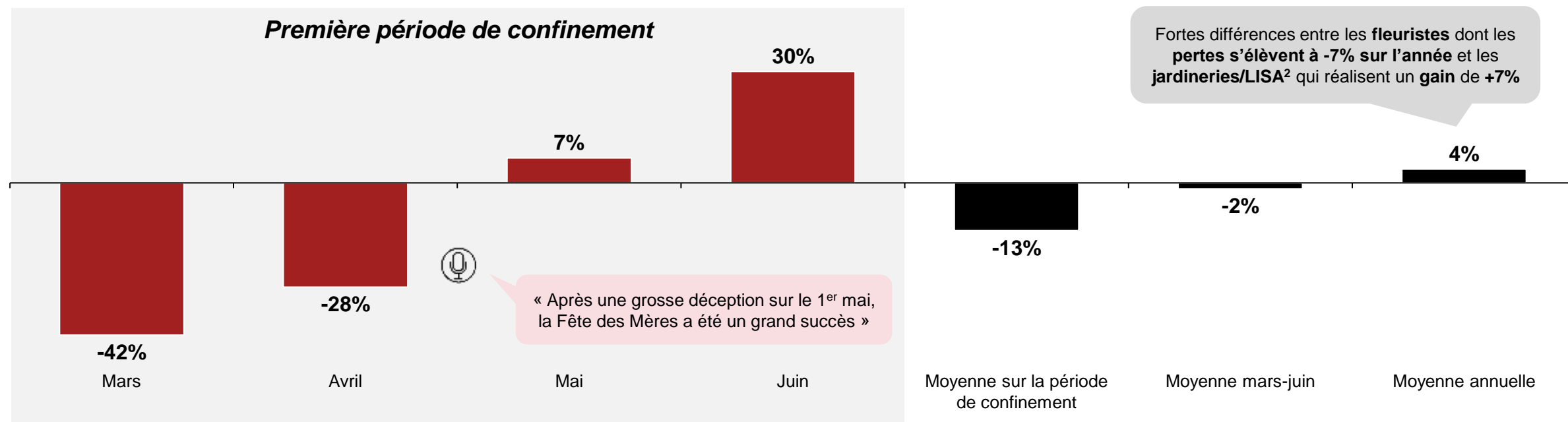
Base d'échantillon = 308

Parmi les producteurs vendant aux grossistes, **les producteurs de fleurs coupées ont été plus impactés** par la crise que les horticulteurs



La distribution enregistre une baisse de CA de -2% de mars à juin et un gain de 4% sur l'année

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 dans la distribution¹



Base d'échantillon (CA mensuel) = 1586

Base d'échantillon (CA annuel) = 1664

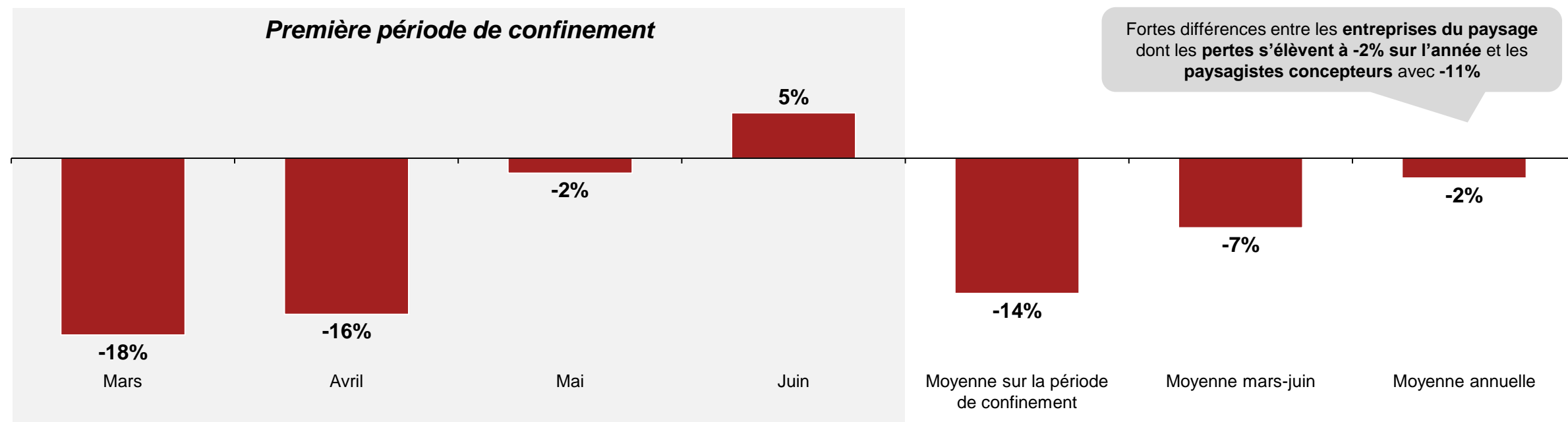
Les principales difficultés ont été :

1. Le **manque de préavis du confinement** avec des pertes sèches : les **stocks qui venaient d'être constitués ont dû être jetés**
2. Une **mésinterprétation du confinement** chez une partie des fleuristes et grossistes : certains ont fermé leur activité pendant toute la durée du confinement tandis que d'autres se sont adaptés à l'impossibilité de recevoir de la clientèle en mettant en place des drive ou des livraisons, lorsque les conditions logistiques le leur permettaient
3. Les **difficultés d'approvisionnement** pour pouvoir rouvrir les magasins et proposer des services compatibles avec le confinement (drive, etc), notamment chez les fleuristes aux mois de mars et avril



Les services paysagers totalisent une baisse de CA de -2% sur l'année, les paysagistes concepteurs étant plus touchés que les ent. du paysage

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 dans le paysage¹



Base d'échantillon (CA mensuel) = 266

Base d'échantillon (CA annuel) = 571



Les principales difficultés ont été :

- 1 – **Les problèmes d'approvisionnement** découlant de la fermeture ou du ralentissement des fournisseurs, notamment pour les entreprises du paysage
- 2 – **L'arrêt des commandes publiques** couplé au report des élections municipales entraînant une chute brutale (et potentiellement durable) des revenus pour les entreprises et les paysagistes concepteurs dépendant des appels d'offre publics
- 3 – **La communication floue de l'Etat** rendant difficile la visibilité et les engagements sur les projets en cours et à venir

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Impacts CA

Impacts emplois

Impacts cessations d'activité

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Annexes





Plus de 4550 emplois ont disparu à l'échelle de la filière en 2020, dont une majorité de contrats courts et/ou temporaires

Licenciements en conséquence des périodes de confinement dans la filière (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)



Proportion d'entreprises ayant licencié suite au confinement

2,1%

10%

Proportion de salariés concernés

0,6%

2,1%

Extrapolation du nombre d'emplois concernés à l'échelle de la filière

~ 1050

~ 3500

Les licenciements de CDD/saisonniers/apprentis ont été les plus forts dans la production

Les licenciements de CDI ont été les plus forts dans la distribution

170 656 emplois au total dans la filière

Base d'échantillon = 2910

Base d'échantillon = 2899



Les contrats courts et/ou temporaires ont été les plus touchés dans la production en 2020

Licenciements en conséquence des périodes de confinement dans la production (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)

3%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir procédé à des licenciements en **CDI** suite au confinement

Base d'échantillon = 428



Ces suspensions / non-reconductions représentent **2% des salariés** soit environ **300 emplois**



« Quand on a su que les travailleurs saisonniers ne pouvaient pas bénéficier du chômage partiel, nous avons dû les congédier »

- *Expert producteur*

28%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** suite au confinement

Base d'échantillon = 418



Ces suspensions / non-reconductions représentent **7% des salariés** soit environ **1200 emplois**

16 581 emplois au total dans la production



Les contrats courts et/ou temporaires ont été les plus touchés dans la distribution en 2020

Licenciements en conséquence des périodes de confinement dans la distribution (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)

3%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir procédé à des licenciements en **CDI** suite au confinement

Base d'échantillon = 1920



Ces licenciements représentent **0,9% des salariés** soit environ **460 emplois**

53 475 emplois au total dans la distribution

15%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** suite au confinement

Base d'échantillon = 1920

Il s'agit principalement des LISA



Ces suspensions / non-reconductions représentent **2,4% des salariés** soit environ **1300 emplois**



Les contrats courts et/ou temporaires ont été les plus touchés dans le secteur du paysage en 2020

Licenciements en conséquence des périodes de confinement dans le secteur du paysage (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)

2%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir procédé à des licenciements en **CDI** suite au confinement



Ces suspensions / non-reconductions représentent **0,3% des salariés** soit environ **300 emplois**

Base d'échantillon = 562



- *Expert entrepreneur du paysage*

113 200 emplois
au total dans les
services

6%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** suite au confinement



Ces suspensions / non-reconductions représentent **1% des salariés** soit environ **1000 emplois**

Base d'échantillon = 561

« Le ressenti général aujourd'hui est la fatigue après avoir dû mettre les bouchées doubles... Protéger nos salariés est une nécessité. »

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Impacts CA

Impacts emplois

Impacts cessations d'activité

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Annexes





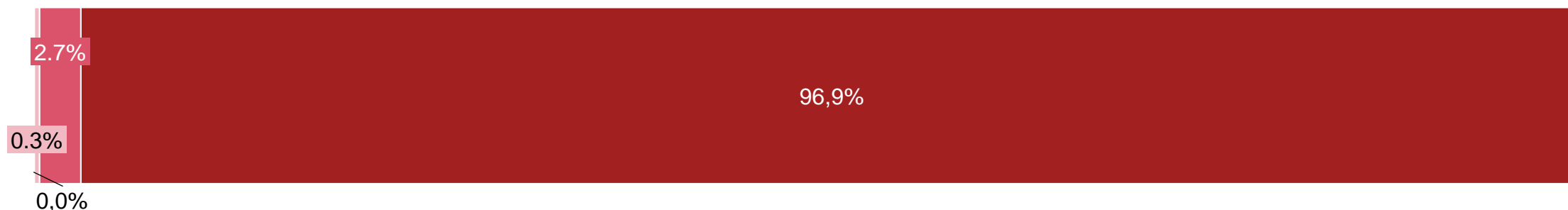
3% des entreprises ont déclaré avoir cessé leur activité définitivement suite à la crise, dont beaucoup de producteurs et de fleuristes

Cessations d'activité définitives dans la filière¹ (en % de répondants)

Les cessations d'activité ont été **particulièrement sévères chez les producteurs et les fleuristes**

En 2020, les spécialistes du recouvrement remarquent un **décrochage de la filière du végétal** (notamment des fleuristes et des entreprises de petite taille) par rapport à la moyenne des filières

A l'inverse, le secteur des **services a été moins touché**



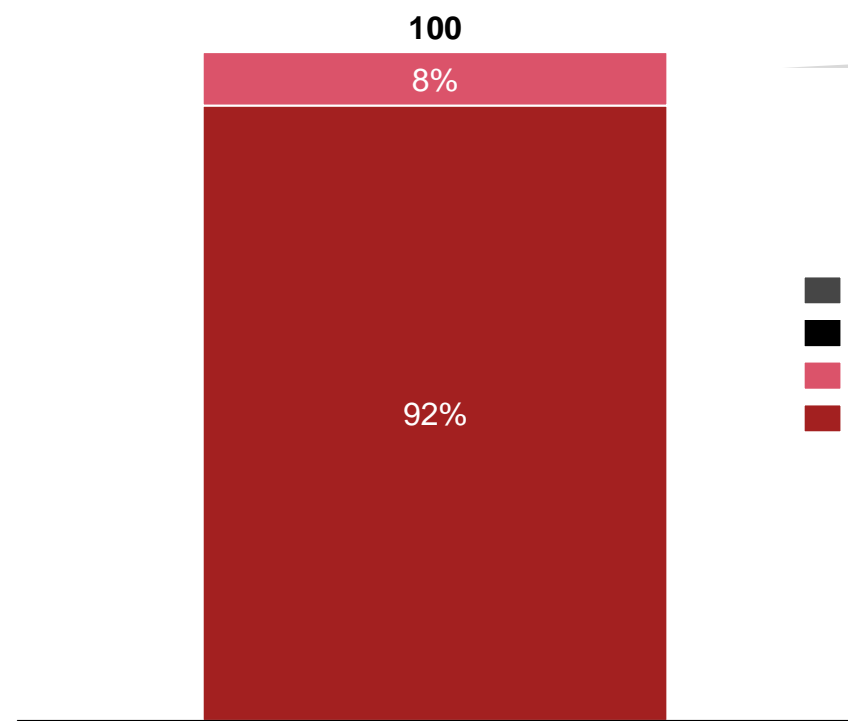
- Cessation d'activité indépendante de la crise du Covid-19
- Cessation d'activité uniquement liée à la crise du Covid-19
- Cessation d'activité accélérée par la crise du Covid-19
- En activité

Base d'échantillon = 3495



8% des producteurs ont déclaré avoir cessé leur activité définitivement suite à la crise du Covid-19

Cessations d'activité définitives dans la production (en % de répondants)



Base d'échantillon = 475

97% des entreprises ayant déclaré une cessation d'activité l'attribuent **uniquement à la crise**

- Cessation d'activité indépendante de la crise du Covid-19
- Cessation d'activité accélérée par la crise du Covid-19
- Cessation d'activité uniquement liée à la crise du Covid-19
- En activité

« Le confinement est tombé lors de la période de l'année où les producteurs sont le plus fragiles en trésorerie : ceux qui n'avaient pas de réserves suffisantes n'ont eu d'autre choix que de **cesser leur activité**, accentuant le déséquilibre déjà prégnant entre offre et demande dans la filière »



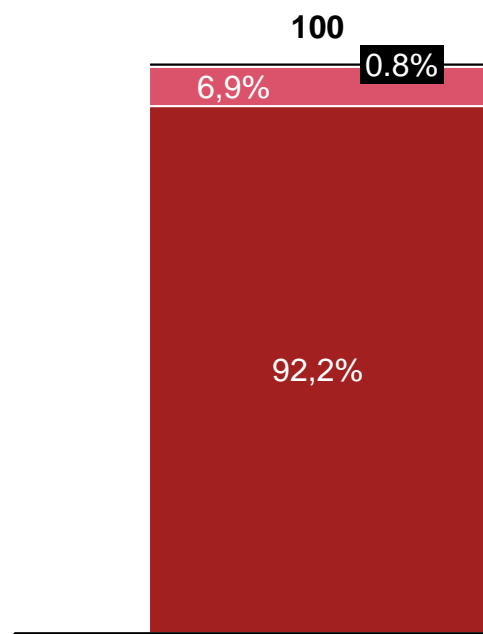
- Expert horticulteur



8% des fleuristes ont déclaré avoir cessé leur activité à cause de la crise du Covid-19 – les jardinereries et LISA ont mieux résisté

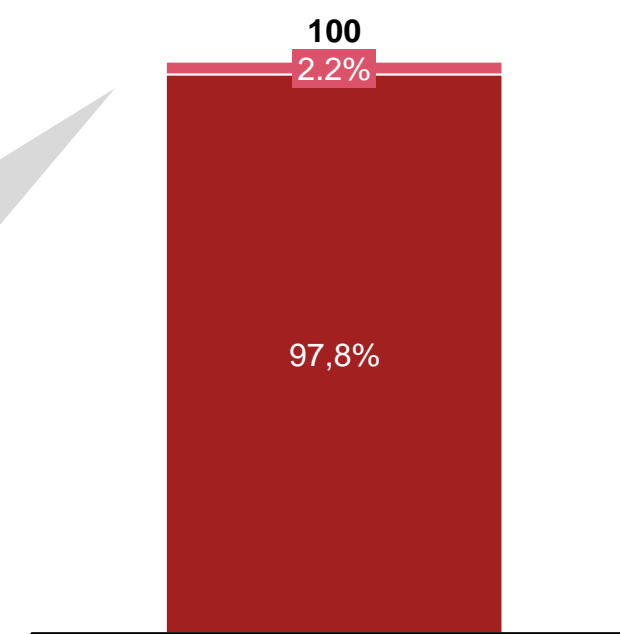
Cessations d'activité définitives dans la distribution (en % de répondants)

Fleuristes



La quasi-totalité des entreprises interrogées attribue leur cessations d'activité **uniquement au confinement**

Jardinereries et LISA



La totalité des entreprises interrogées attribue leur cessations d'activité **uniquement au confinement**

■ Cessation d'activité indépendante de la crise du Covid-19 ■ Cessation d'activité accélérée par la crise du Covid-19 ■ Cessation d'activité uniquement liée à la crise du Covid-19 ■ En activité

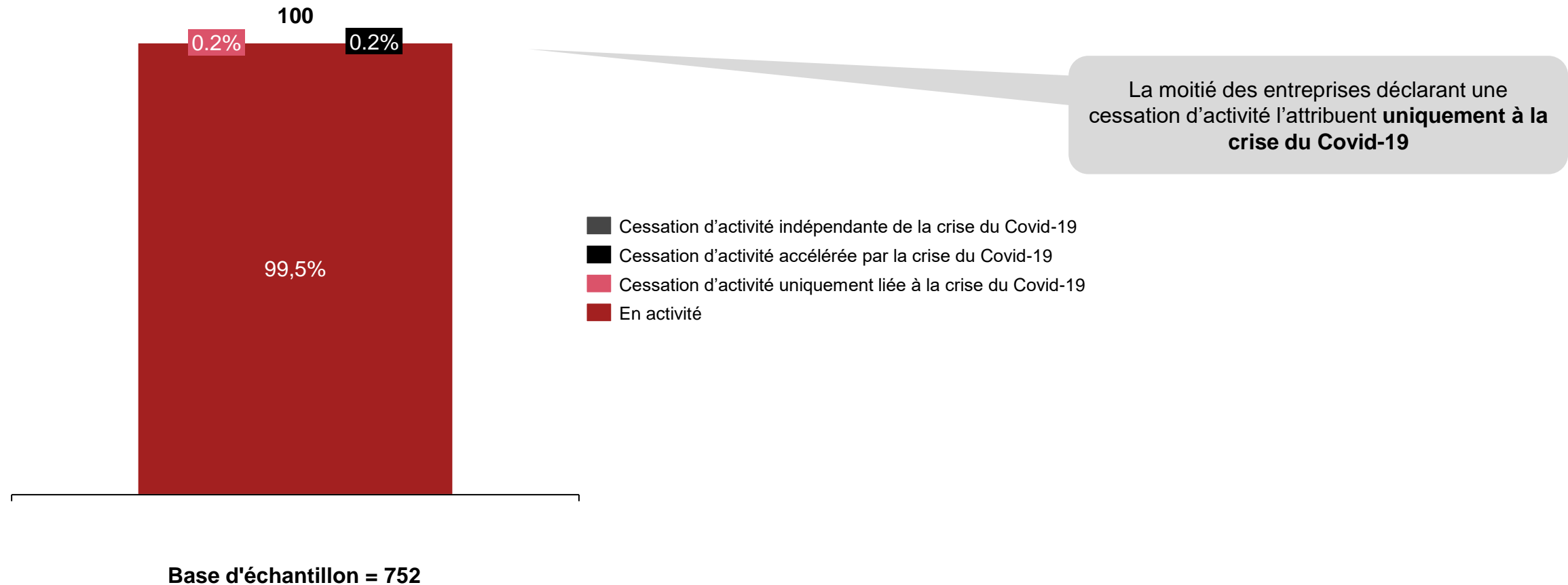
Base d'échantillon = 554

Base d'échantillon = 1725



Le secteur du paysage a été peu touché par les cessations d'activité définitives

Cessations d'activité définitives dans le secteur paysage (en % de répondants)



De bonnes relations entre clients et fournisseurs ont été clés pour traverser la crise en 2020

Réactions des fournisseurs et des clients face aux conséquences de la crise



Des clients aux réactions très contrastées

« Beaucoup de distributeurs ayant commandé des plantes à la mi-mars pour mi-avril ont simplement **annulé leurs commandes, refusant tout partage du risque et entraînant des pertes importantes** pour les producteurs »

 - *Expert horticulteur*

« Durant la crise, nous avons établi une **communication transparente et réactive avec nos clients** pour éviter de les perdre, ce qui a fonctionné »

 - *Expert entrepreneur du paysage*

« La rupture de stock post-confinement a engendré des **réactions très diverses chez les clients**, de compréhensifs à mécontents – nous en avons perdu certains »

 - *Expert semencier*



Des fournisseurs qui ont souvent travaillé main dans la main avec leurs clients

« J'ai toujours eu une **relation de confiance avec mes fournisseurs** : je leur devais beaucoup d'argent, mais j'ai pu **redémarrer en négociant des délais de paiement.** »

 *Expert grossiste*

« J'ai **continué à m'approvisionner chez ma pépinière locale** qui était très heureuse de pouvoir vendre ses stocks »

 - *Expert entrepreneur du paysage*

« J'ai **suivi de très près les stocks de mon fournisseur** durant la crise afin de décider sur quels projets m'engager »

 - *Expert entrepreneur du paysage*

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Chômage partiel

Autres mécanismes d'aide

Nouvelles pratiques

Evolution des tarifs

Les perspectives à fin 2021

Annexes





75% des entreprises de la filière ont eu recours au chômage partiel en 2020, notamment dans la distribution

Recours au chômage partiel dans la filière

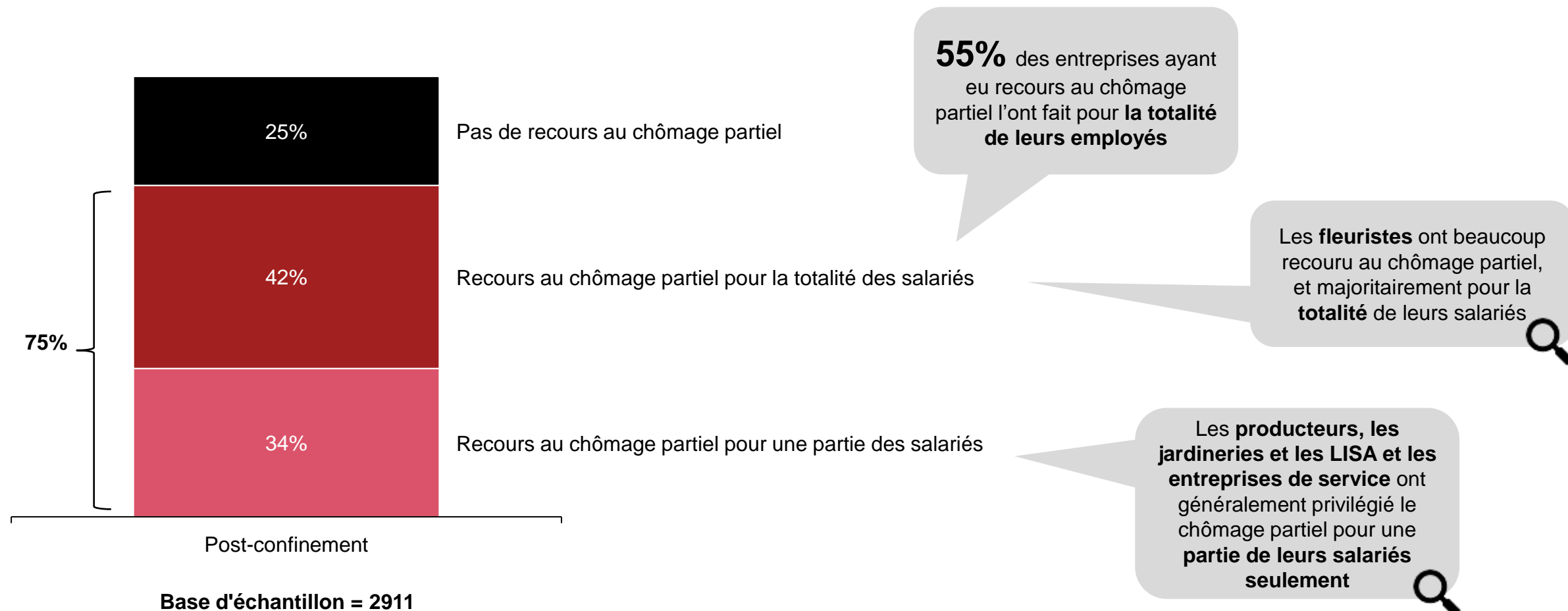


Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Chômage partiel

Autres mécanismes d'aide

Nouvelles pratiques

Evolution des tarifs

Les perspectives à fin 2021

Annexes





Le fonds de solidarité et le report du paiement des cotisations sociales ont été les aides principales, avec quelques spécificités par collègue

Typologie d'aides demandées par la filière (en % de répondants) – plusieurs réponses possibles

Base d'échantillon = 3104

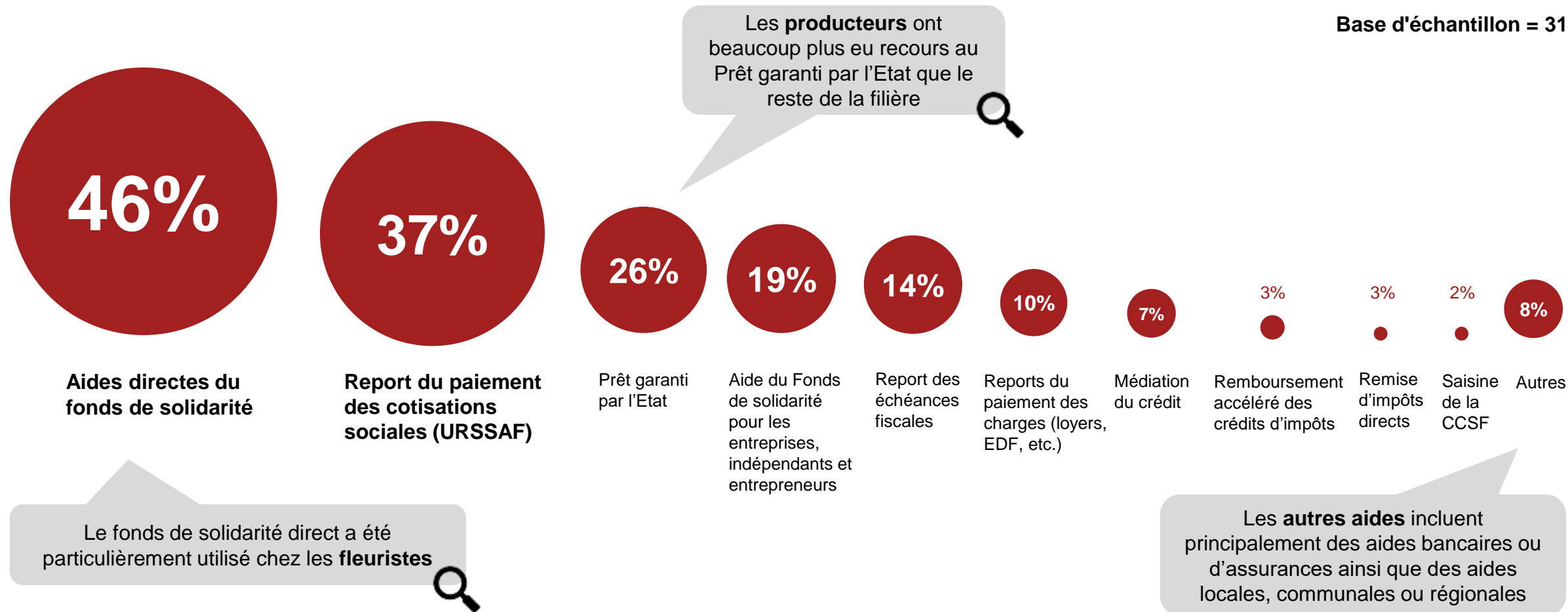


Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Chômage partiel

Autres mécanismes d'aide

Nouvelles pratiques

Evolution des tarifs

Les perspectives à fin 2021

Annexes

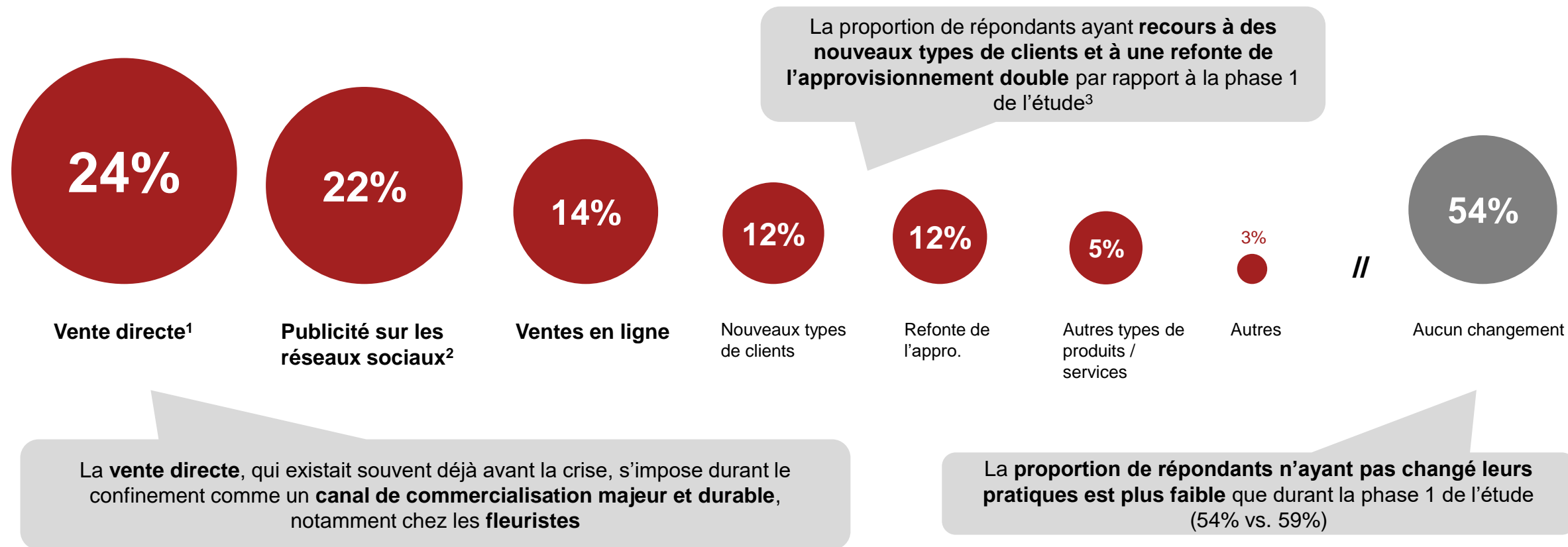




La vente directe et les publicités sur les réseaux sociaux ont été les pratiques commerciales les plus développées pendant les confinements

Nouvelles pratiques commerciales mises en place en 2020 pendant les confinements dans la filière
(en % de répondants) - plusieurs réponses possibles

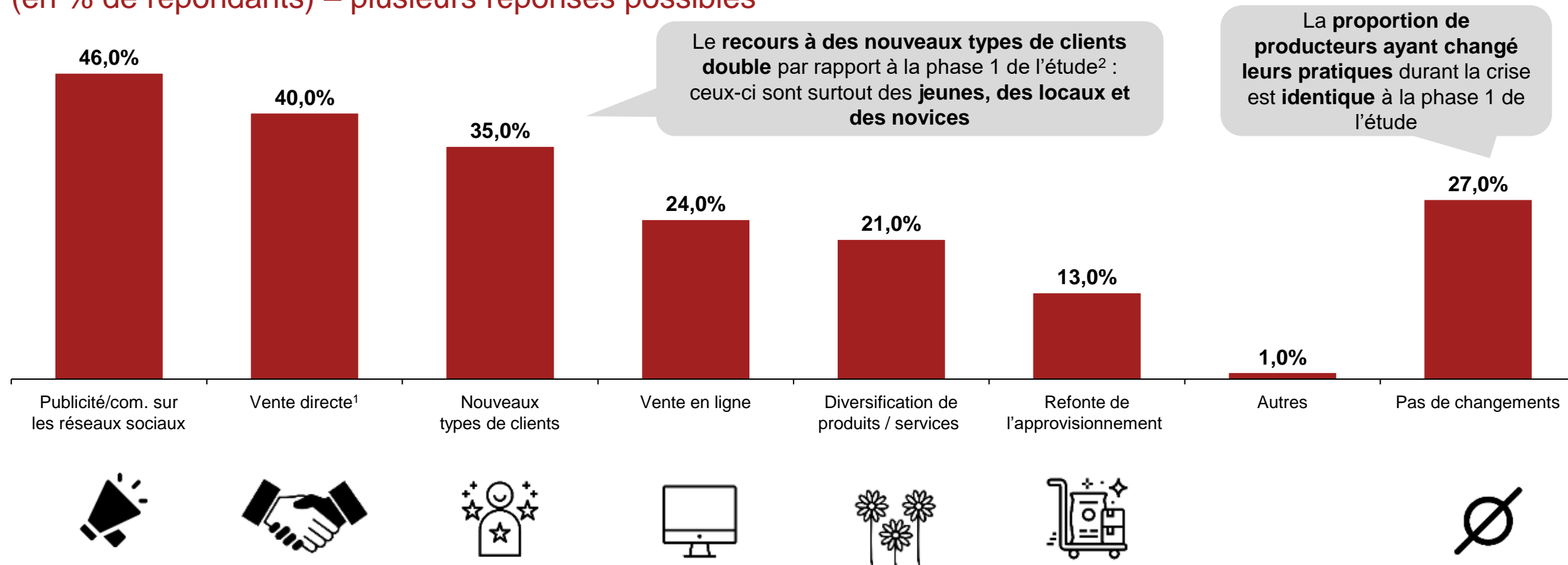
Base d'échantillon = 3268





La production a développé de nouvelles pratiques commerciales, notamment la présence sur les réseaux sociaux et la vente directe

Nouvelles pratiques commerciales mises en place pendant les confinements dans la production
(en % de répondants) – plusieurs réponses possibles



Base d'échantillon = 447



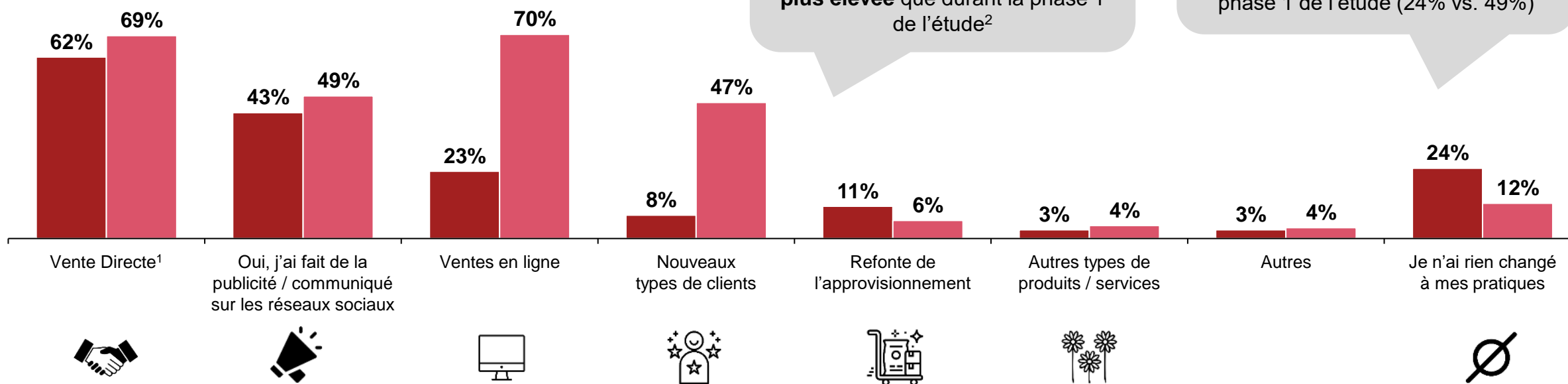
La vente directe, la présence sur les réseaux sociaux et les ventes en ligne ont été mis en place chez beaucoup de distributeurs

Nouvelles pratiques commerciales mises en place pendant les confinements dans la distribution
(en % de répondants) – plusieurs réponses possibles

La **vente directe** était déjà utilisée de façon ponctuelle par les **fleuristes** – durant les confinements, elle s'impose **comme canal de commercialisation durable**

Pour les fleuristes, le recours aux **nouveaux types de clients et à une refonte de l'approvisionnement** est bien plus élevée que durant la phase 1 de l'étude²

La **proportion de fleuristes n'ayant pas mis en place de nouvelles pratiques** pendant les confinements est **divisée par deux** par rapport à la phase 1 de l'étude (24% vs. 49%)



Fleuristes Base d'échantillon = 535

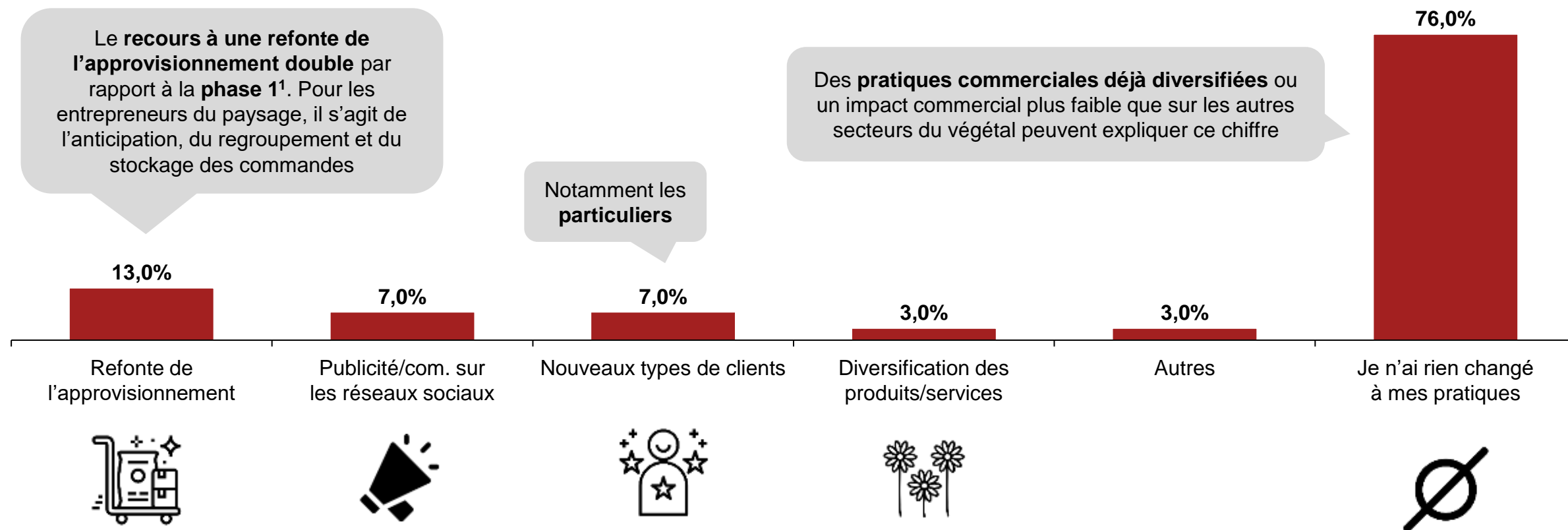
Jardineries & LISA Base d'échantillon = 1621

■ Fleuristes ■ Jardineries & LISA



76% du secteur du paysage n'a pas fait évoluer ses pratiques commerciales durant le confinement

Nouvelles pratiques commerciales mises en place pendant les confinements dans le secteur du paysage (en % de répondants) – plusieurs réponses possibles



Base d'échantillon = 716

La crise a mené à la mise en place de nouvelles pratiques managériales et organisationnelles au sein des entreprises

Nouvelles pratiques mises en place au sein des entreprises durant le confinement de 2020



La démocratisation du télétravail

« La crise nous a obligé à adapter nos pratiques managériales en faisant **passer en télétravail tous les postes qui le pouvaient** (administratif, RH...) – cela a très bien fonctionné »



- *Expert entrepreneur du paysage*

« Bien que le **télétravail était déjà établi** dans notre culture – je travaille moi-même depuis une autre ville la moitié de la semaine – **le confinement a contribué à accélérer sa généralisation** »



- *Expert jardinerie*



De nouveaux modèles d'organisation

« Durant le confinement, nous avons développé une **planification et une visibilité de travail** à un niveau exceptionnel, créant de la valeur à tous les niveaux – ce sont des pratiques que nous comptons pérenniser au-delà de la crise »



- *Expert jardinerie*

« Le confinement a révélé certaines ressources au niveau de l'entreprise : une **réorganisation des flux opérationnels**, le travail en 2x8, les commandes à distance... »



- *Expert semencier*



La mise en place de règles sanitaires

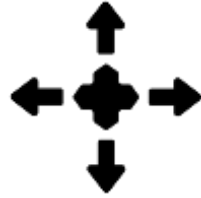
« Nous avons adopté un ensemble de mesures permettant de travailler en contexte de crise sanitaire : une personne par véhicule, **marquage et désinfection des outils**, segmentation des équipes, recours à des **espaces de réunions plus grands**, **obligation du port du masque, relation à distance avec le client...** »



- *Expert entrepreneur du paysage*

Pour beaucoup, elle fut aussi l'occasion de redéfinir durablement leur stratégie

Conséquences durables du confinement sur la stratégie des entreprises



Flexibilité et adaptabilité

« Dans un contexte de crise économique, sanitaire, sociale et environnementale quasi constant, il devient **nécessaire d'être agile et multimodal**. Par exemple, nous réfléchissons aux moyens de **flexibiliser notre force de travail**, en se calant sur les temps de la journée plutôt que sur des horaires fixes. »

 - **Expert grossiste**

« Nous allons **mettre l'accent sur l'agilité, la disponibilité et la capacité d'adaptation** de notre entreprise à l'avenir »

 - **Expert entrepreneur du paysage**



Modernisation et réévaluation des pratiques commerciales

« Il devient indispensable de mettre en place de **nouveaux canaux de vente** tels que le click & collect et la vente à distance »

 - **Expert fleuriste**

« La crise a révélé notre **retard en termes de digital** – nous allons en conséquence développer nos canaux de ventes en ligne et de précommande »

 - **Expert grossiste**

« Durant le confinement, nous avons **collaboré avec un maraîcher voisin** pour vendre ses produits dans nos jardineries afin de pouvoir rouvrir au plus vite. Après avoir observé le succès de cette expérience, nous investissons aujourd'hui dans du mobilier de distribution alimentaire pour établir une section primeur durable dans nos points de vente »

 - **Expert jardinerie**

Globalement, les acteurs les plus diversifiés sont ceux qui ont le moins souffert de la crise

Les 4 piliers de la diversification

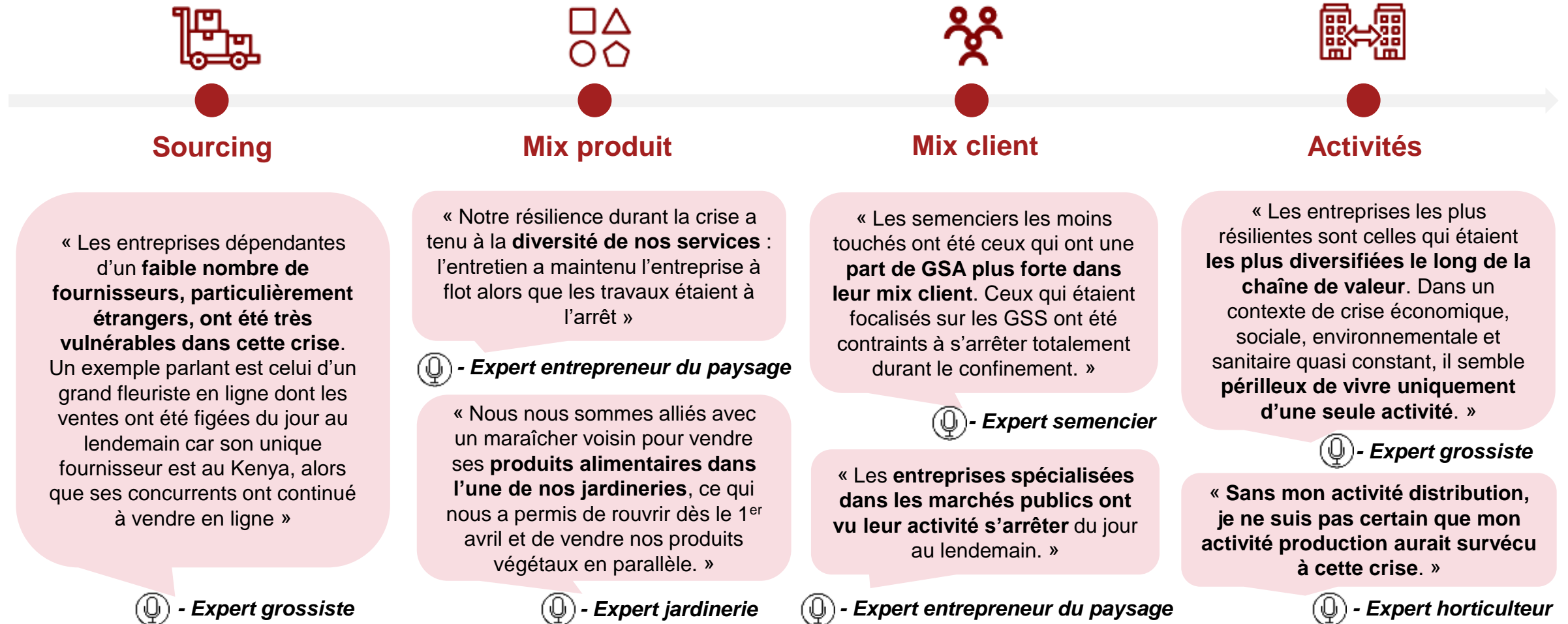


Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Chômage partiel

Autres mécanismes d'aide

Nouvelles pratiques

Evolution des tarifs

Les perspectives à fin 2021

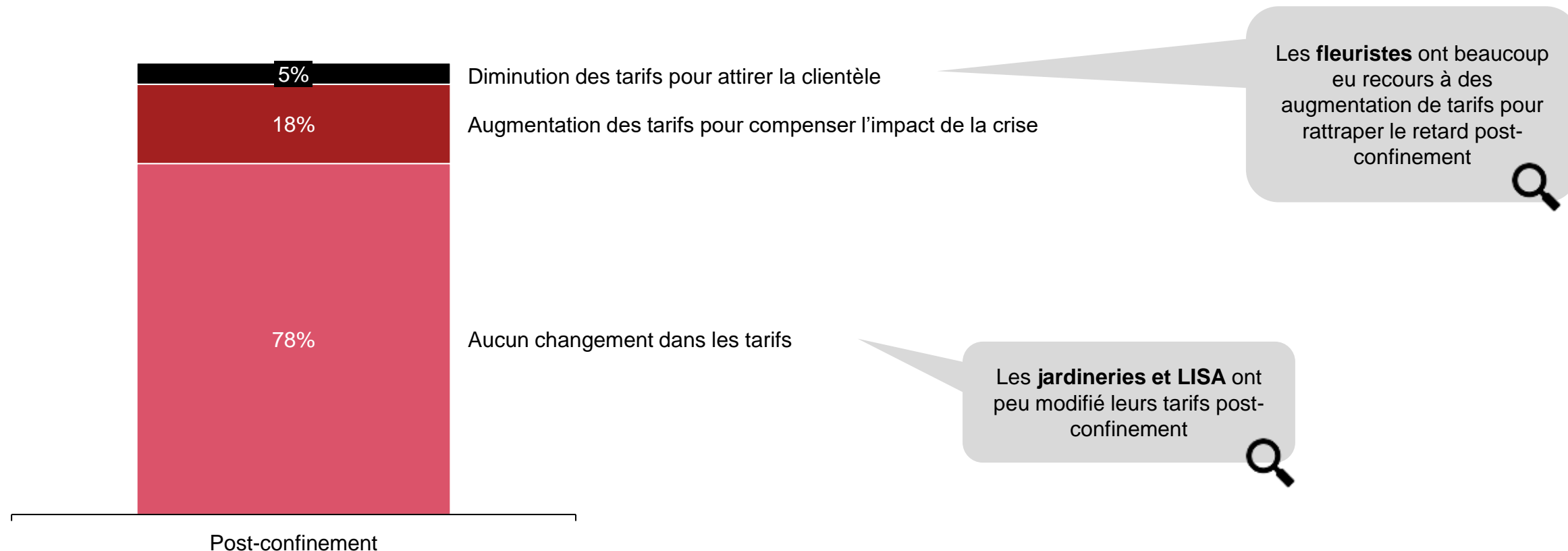
Annexes





22% des entreprises de la filière ont adapté leurs tarifs post-confinement, la plupart à la hausse¹

Evolution des tarifs de la filière post-confinement²



Base d'échantillon = 4878



Les producteurs ont adapté leurs tarifs post-confinement, principalement via des hausses de prix¹

Evolution des tarifs de la production post-confinement²

24%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir modifié leurs tarifs post-confinement³



5% indiquent avoir fait des promotions pour attirer la clientèle



17% indiquent avoir augmenté les prix pour :

- Rattraper le retard de chiffre d'affaires
- Supporter les surcoûts induits par la crise sanitaire
- Compenser les pertes de productivité

« Je n'ai rien changé à mes tarifs pendant le confinement, mais pour la saison suivante, j'ai demandé une **hausse de tarif plus élevée que d'habitude** à mes clients. Il y a un réel déséquilibre dans la répartition de la marge en temps normal. »



- **Expert horticulteur**

Base d'échantillon = 454



Les fleuristes ont eu tendance à plus adapter leurs tarifs – à la hausse – que les jardineries et LISA¹

Evolution des tarifs de la distribution post-confinement²

Fleuristes

32%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir modifié leurs tarifs post-confinement



5% indiquent avoir fait des promotions pour attirer la clientèle



27% indiquent avoir augmenté les prix pour :

- Rattraper le retard de chiffre d'affaires
- Supporter les surcoûts induits par la crise sanitaire
- Compenser les pertes de productivité

Base d'échantillon = 515

Jardineries et LISA

6%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir modifié leurs tarifs post-confinement



2% indiquent avoir fait des promotions pour attirer la clientèle



4% indiquent avoir augmenté les prix pour :

- Rattraper le retard de chiffre d'affaires
- Supporter les surcoûts induits par la crise sanitaire
- Compenser les pertes de productivité

Base d'échantillon = 1722



Le secteur du paysage a globalement augmenté ses prix post-confinement, notamment les entreprises du paysage¹

Evolution des tarifs du secteur du paysage post-confinement²

19%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir modifié leurs tarifs post-confinement



5,5% indiquent avoir fait des promotions pour attirer la clientèle



14,5% indiquent avoir augmenté les prix pour :

- Rattraper le retard de chiffre d'affaires
- Supporter les surcoûts induits par la crise sanitaire
- Compenser les pertes de productivité

Base d'échantillon = 698

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Evolution des consommateurs

Impact emploi fin 2021

Cessations d'activité fin 2021

Effets systémiques

Annexes

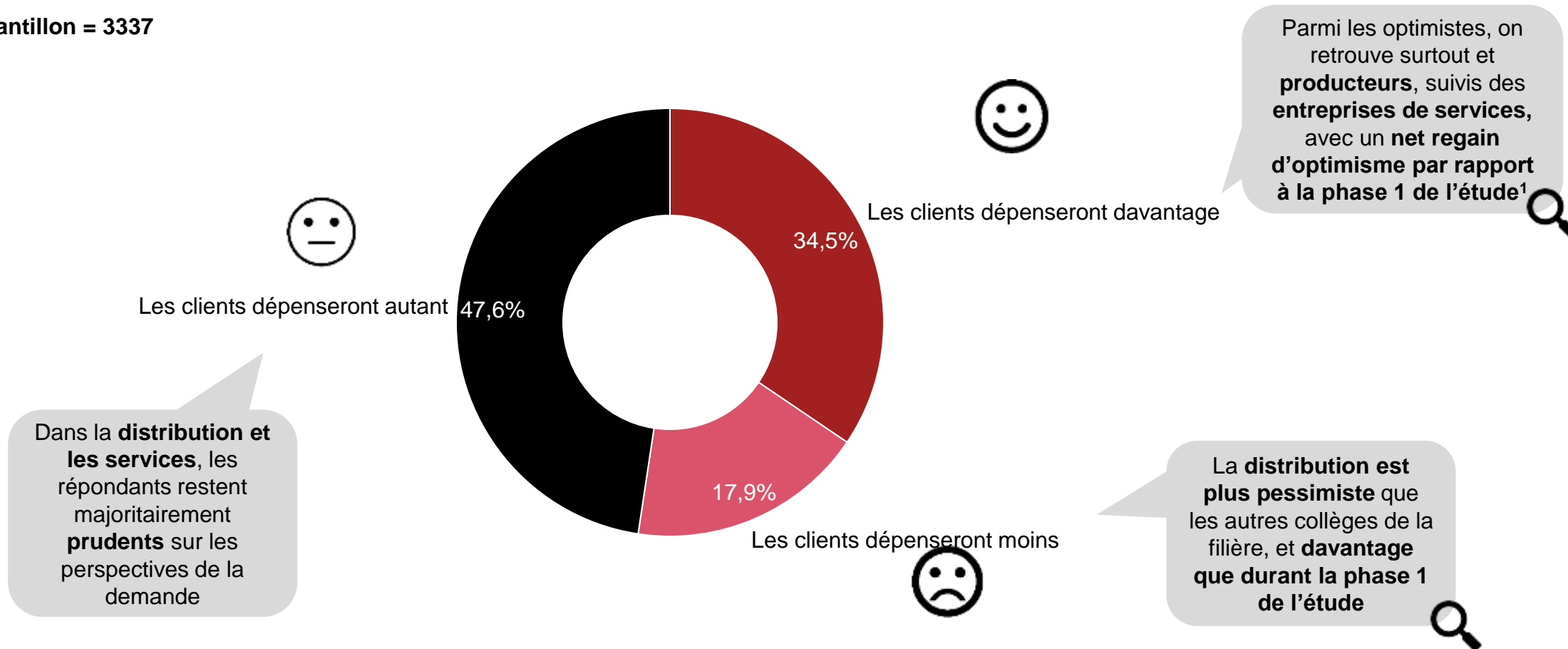




La filière reste prudente sur l'évolution de la demande malgré quelques espoirs notamment chez les producteurs et entreprises de services

Opinion de la filière sur le comportement des consommateurs dans les mois à venir

Base d'échantillon = 3337





Le secteur de la production est très optimiste sur l'évolution des comportements des consommateurs

Opinion du secteur de la production sur le comportement des consommateurs dans les mois à venir



58% pensent que les clients **vont augmenter** leurs achats



26% pensent que les clients **ne vont rien changer** à leurs habitudes de consommation



16% pensent que les clients **vont diminuer** leurs achats

Les producteurs sont deux fois plus optimistes qu'en phase 1 de l'étude¹ (27% vs. 58% qui pensent que les clients vont augmenter leurs achats)

Base d'échantillon = 441



Les jardineries et LISA sont mesurément optimistes quant à l'évolution de la demande et observent un engouement pour le made in France

Opinion du secteur de la distribution sur le comportement des consommateurs dans les mois à venir

Fleuristes



23% pensent que les clients **vont augmenter** leurs achats



45% pensent que les clients **ne vont rien changer** à leurs habitudes de consommation



31% pensent que les clients **vont diminuer** leurs achats

Base d'échantillon = 529

Jardineries et LISA



35% pensent que les clients **vont augmenter** leurs achats



49% pensent que les clients **ne vont rien changer** à leurs habitudes de consommation



17% pensent que les clients **vont diminuer** leurs achats

Base d'échantillon = 1719

A la fois les fleuristes et les jardineries/LISA sont plus pessimistes qu'en phase 1 de l'étude¹, avec une proportion d'entreprises pensant que les achats vont diminuer bien plus élevée



Le secteur du paysage reste prudemment optimiste sur l'évolution des comportements des consommateurs

Opinion du secteur du paysage sur le comportement des consommateurs dans les mois à venir

La proportion de répondants optimistes augmente de **50%** par rapport à la phase 1 de l'étude¹



37% pensent que les clients **vont augmenter** leurs achats



51% pensent que les clients **ne vont rien changer** à leurs habitudes de consommation



12% pensent que les clients **vont diminuer** leurs achats

« Sur les marchés publics, nous ne sommes pas maîtres du jeu, et c'est là où il pourrait y avoir le plus de difficultés. A l'inverse, la demande des particuliers, notamment aisés, a tendance à augmenter. »



- **Expert entrepreneur
du paysage**

Base d'échantillon = 648

Le confinement a révélé un engouement durable des français pour le végétal qui s'inscrit dans un contexte de sensibilité environnementale accrue

Un engouement pour le végétal constaté pendant et à l'issue du confinement...

« Pendant le confinement les gens ont décidé d'aménager leurs jardins. Cela a donné un **nouveau souffle à l'idée de nature et de végétalisation.** »

 - *Expert entrepreneur du paysage*

« La crise a été un **accélérateur des tendances consommateurs.** On observe notamment un fort engouement sur le potager car les gens ont passé beaucoup de temps de leur jardin et veulent manger sain. »

 - *Expert semencier*

« La **demande reste « anormalement élevée »**, même après le déconfinement. »

 - *Expert jardinerie*

...qui s'inscrit dans une tendance plus longue de sensibilité environnementale croissante

« **La filière du végétal se doit d'être exemplaire en termes d'impact carbone.** Il est donc nécessaire **d'innover** afin de concevoir des produits moins impactants »

 - *Expert producteur de terreaux*

« Il faut **inclure les pots en plastique recyclés dans l'écosystème du recyclage français** au plus vite afin de **réduire l'impact environnemental de la filière** »

 - *Expert fabricant de pots*

« **Anticiper les exigences environnementales** plutôt qu'avoir à les subir dans quelques années serait **extrêmement positif** pour **l'image de la filière** »

 - *Expert fabricant de pots*

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Evolution des consommateurs

Impact emploi fin 2021

Cessations d'activité fin 2021

Effets systémiques

Annexes





Quasiment 300 emplois sont menacés d'ici fin 2021, dont une majorité de CDD

Licenciements futurs dans la filière (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)



Proportion d'entreprises comptant licencier dans les prochaines semaines

0,6%

0,9%

Proportion de salariés concernés

0,04%

0,1%

Extrapolation du nombre d'emplois concernés à l'échelle de la filière

~ 60

~ 220

Les licenciements de CDD/saisonniers/apprentis seront les plus forts dans la distribution et les services

Tout comme pour ceux qui ont déjà eu lieu, les licenciements de CDI seront les plus forts dans la **distribution**

172 050 emplois au total dans la filière

Base d'échantillon = 2910

Base d'échantillon = 2899



Peu de licenciements sont à prévoir d'ici fin 2021, les producteurs étant confiants sur la consommation à venir

Licenciements futurs dans la production (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)¹

1%

Des entreprises interrogées envisagent de procéder à des licenciements de **CDI** d'ici fin 2021

Base d'échantillon = 428



Ces licenciements représentent un nombre minime d'emplois (<50)

« Mon espoir c'est que les Français vont continuer à jardiner »



- *Expert horticulteur*

1%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** d'ici fin 2021

Base d'échantillon = 418



Ces licenciements représentent un nombre minime d'emplois (<50)

16 581 emplois
au total dans la
production

« Une condition majeure de la reprise du tissu productif est **l'organisation de la filière** en s'inspirant des Pays-Bas, par exemple autour de la logistique et de la négociation des prix avec les distributeurs. »



- *Expert horticulteur*



Un nombre limité de licenciements sont à prévoir dans la distribution d'ici fin 2021, principalement des CDD

Licenciements futurs dans la distribution (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)

0,5%

Des entreprises interrogées envisagent de procéder à des licenciements de **CDI** d'ici fin 2021



Ces licenciements représentent **0,1% des salariés** soit environ **60 emplois**

Base d'échantillon = 1920

53 475 emplois
au total dans la
distribution

0,9%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** d'ici fin 2021



Ces suspensions / non-reconductions représentent **0,2% des salariés** soit environ **100 emplois**

Base d'échantillon = 1920



D'ici fin 2021, l'impact emploi devrait rester faible dans le secteur du paysage

Licenciements futurs dans le secteur du paysage (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)

1%

Des entreprises interrogées envisagent de procéder à des licenciements de **CDI** d'ici fin 2021

Base d'échantillon = 562



Ces licenciements représentent un nombre minime d'emplois (<50)

« Nous avons du mal à trouver des bras qualifiés pour répondre à la demande et la stimuler »



- *Expert entrepreneur du paysage*

1%

Des entreprises interrogées ont indiqué avoir dû suspendre ou non reconduire des contrats **CDD / saisonniers / apprentis** d'ici fin 2021

Base d'échantillon = 548



Ces suspensions / non-reconductions représentent **0,1% des salariés** soit environ **100 emplois**

113 200 emplois au total dans les services

« Il est essentiel de continuer à prendre des apprentis, et à valoriser le métier et le sensibiliser auprès des jeunes. L'enjeu est d'en faire un métier indispensable et non accessoire dans les mentalités. »



- *Expert entrepreneur du paysage*



D'ici fin 2021, le nombre total d'emplois affectés pourrait s'élever à 4850, dont 4550 qui ont déjà disparu

Récapitulatif des licenciements constatés et prévus dans la filière (CDI / CDD / saisonniers / apprentis)




	Emplois détruits à date	Emplois menacés d'ici la fin de l'année		Total
	~1500	< 50	➔	~1550
	~1750	~160	➔	~1900
	~1300	~100	➔	~1400
Total filière (170,656 emplois)	~4550	~300		~4850

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Evolution des consommateurs

Impact emploi fin 2021

Cessations d'activité fin 2021

Effets systémiques

Annexes





2% des entreprises de la filière pourraient disparaître d'ici la fin de l'année, et 11% connaître des difficultés

Cessations d'activité définitives anticipées d'ici fin 2021 dans la filière¹ (en % de répondants²)

Les **producteurs, les fleuristes et les entreprises de service** sont les **plus menacés** par des cessations d'activité d'ici la fin de l'année

A l'inverse, les **jardineries/LISA** semblent moins craindre pour leur activité



■ OUI, je pense devoir cesser mon activité

■ Je ne sais pas

■ OUI, je pense avoir des difficultés, mais sans devoir cesser mon activité

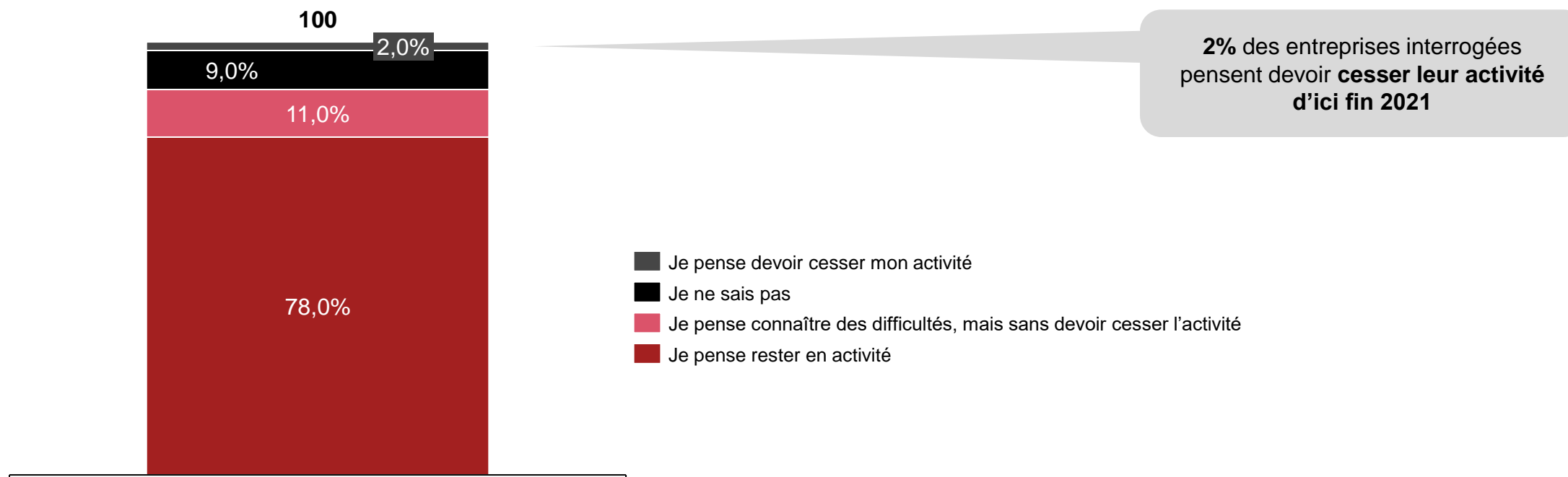
■ NON, je ne pense pas voir de difficultés dans les 6 prochains mois

Base d'échantillon = 3380



Les producteurs anticipent des difficultés d'ici fin 2021, mais sans devoir forcément cesser l'activité

Difficultés anticipées d'ici fin 2021 dans le secteur de la production (en % de répondants)



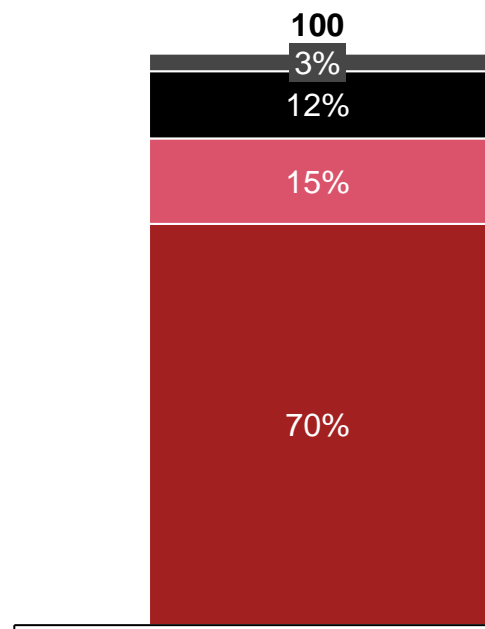
Base d'échantillon = 453



Des cessations d'activité restent à prévoir d'ici la fin de l'année, notamment chez les fleuristes

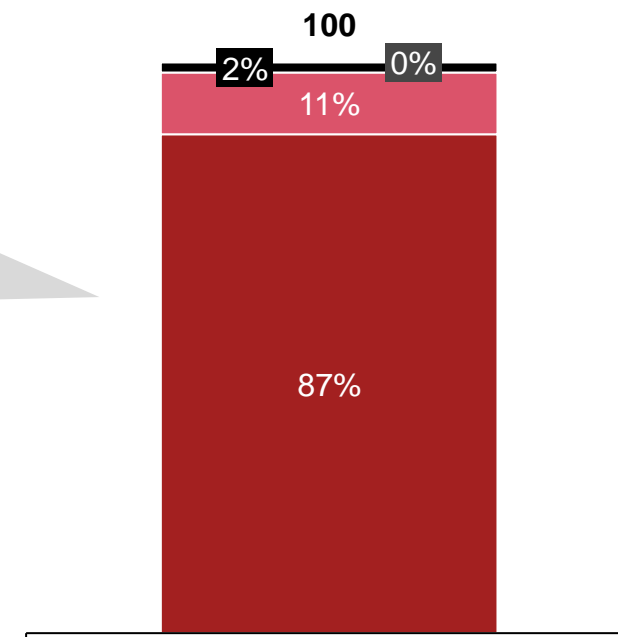
Cessations d'activité définitives anticipées d'ici fin 2021 dans la distribution (en % de répondants)

Fleuristes



Les **difficultés envisagées** et **l'incertitude** sont élevées chez les fleuristes

Jardineries et LISA



Les **jardineries et LISA** sont **plus confiantes**, notamment les LISA

■ OUI, je pense devoir cesser mon activité

■ OUI, je pense avoir des difficultés, mais sans devoir cesser mon activité

■ Je ne sais pas

■ NON, je ne pense pas voir de difficultés dans les 6 prochains mois

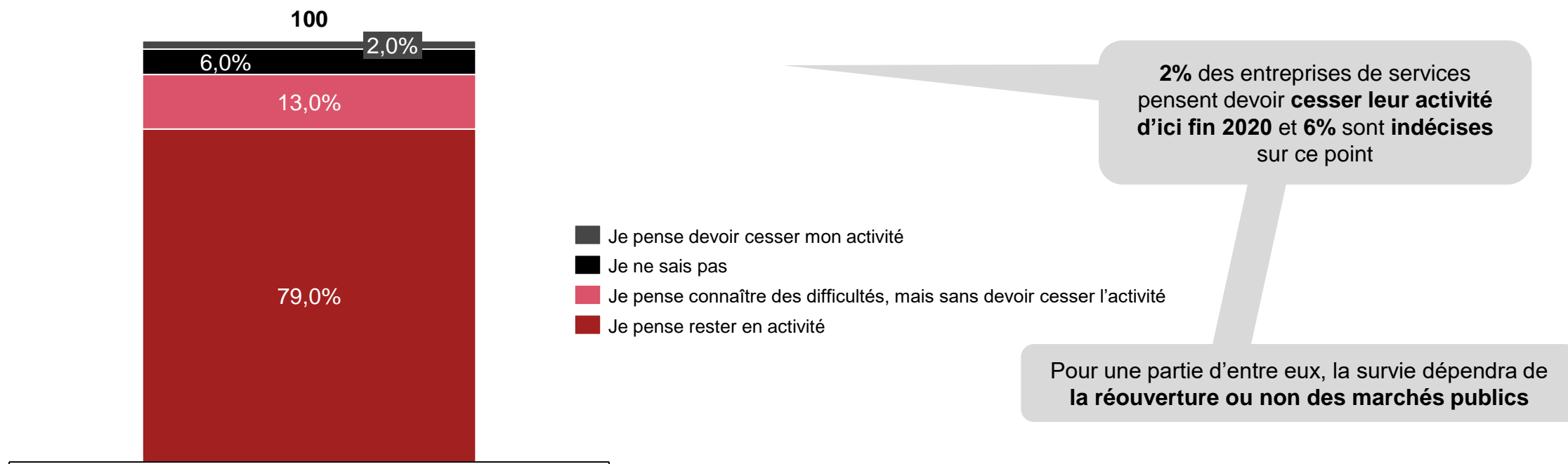
Base d'échantillon = 502

Base d'échantillon = 1696



Dans le secteur du paysage, l'impact sur la survie des entreprises pourrait gagner en sévérité d'ici fin 2021

Difficultés anticipées d'ici fin 2021 dans le secteur du paysage (en % de répondants)



Base d'échantillon = 729



3,5% des entreprises de la filière ont déjà disparu, et 2% de celles restantes sont menacées d'ici fin 2021

Récapitulatif des cessations d'activité définitives constatées et anticipées dans la filière (en % de répondants)

**Entreprises disparues
à date de l'été 2021**

**Entreprises menacées d'ici fin 2021
(parmi celles restantes)**



~8%

~2%



Fleuristes

~8%

~3%



Jardineries
et LISA

~2%

~0%



~0%

~2%

Moyenne
filiale

~3,5%

~2%

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Evolution des consommateurs

Impact emploi fin 2021

Cessations d'activité fin 2021

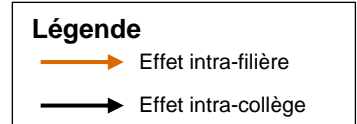
Effets systémiques

Annexes

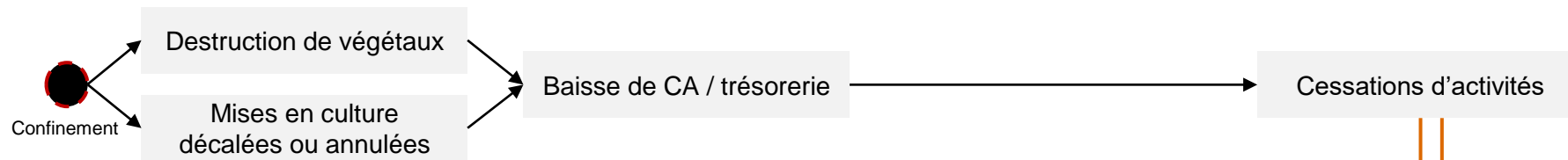


Le premier confinement a eu des répercussions sur l'ensemble de la chaîne de valeur

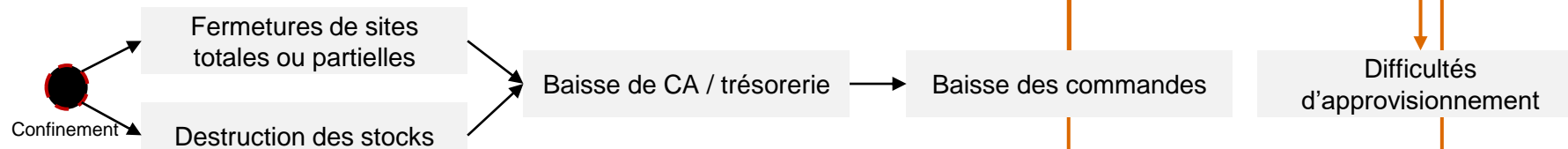
Résumé schématique des effets du premier confinement sur la chaîne de valeur



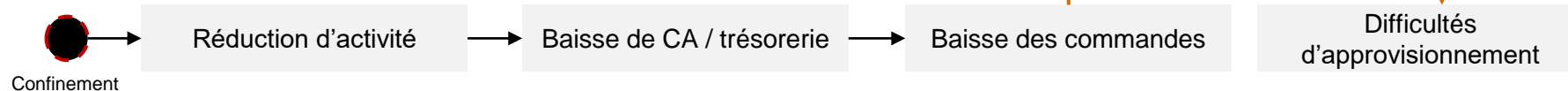
Producteurs



Commerce



Paysage



Reprise économique ralentie

Dans ce contexte, l'engouement pour le « made in France » semble être un levier à activer pour soutenir l'ensemble de la filière

Un engouement constaté mais questionné

« Je n'ai jamais autant vendu de fleurs du Midi. La crise a accéléré la tendance de fond vers la consommation française et le désir de minimiser les trajets en avion. Les producteurs nationaux ont donc potentiellement **5 belles années devant eux** »

Expert grossiste

« Nous vendons beaucoup nos **produits estampillés « Fleurs de France »**, la demande est de plus en plus importante. Certains distributeurs nous l'imposent même de façon systématique. »

Expert horticulteur

« La consommation locale s'est faite parce que les approvisionnements étrangers ont diminué, **c'était surtout par manque de choix**. Mais cela va peut-être perdurer. »

Expert jardinerie

Des défis à relever

Une logistique à organiser

« Les fleuristes qui ont (re)découvert la qualité de la fleur produite en France pourraient en acheter beaucoup plus et plus régulièrement si les **solutions de transport sous température** contrôlée pouvaient devenir pérennes » *Fleuriste*

« Il faut un meilleur **maillage national de grossistes** – beaucoup de fleuristes ne savaient pas à qui s'adresser ». *Grossiste*



Des labels existants à faire connaître

« Il y a une vraie demande sociétale, mais peut-être des **efforts à faire dans la communication auprès du grand public** » *Pépiniériste*



Des actions à mener auprès des pouvoirs publics

« Les collectivités pourraient **favoriser le label « Fleurs de France » dans les marchés publics**, afin de favoriser les producteurs locaux. » *Pépiniériste*



Une capacité à soutenir la demande questionnée

« Aujourd'hui, le **volume et la diversité de la production française n'est pas suffisante** pour répondre à la demande actuelle. » *Jardinerie*

« Le problème c'est que **l'outil de production en France n'est pas adapté** pour répondre à une telle demande seul. » *Grossiste*



La transformation numérique est aussi devenue un sujet clé pour les différents métiers de la filière, qui souhaitent se moderniser

Le numérique peut avoir plusieurs finalités



Augmenter sa base client

- Durant le confinement, de nombreux professionnels ont recruté de nouveaux clients grâce aux outils numériques (site Internet, réseaux sociaux, etc).
- Ces outils leur ont permis de gagner en visibilité et d'améliorer leur image



Donner aux clients une expérience plus proche de celle vécue dans d'autres secteurs

- Les clients de la filière, en particulier ceux issus des générations Y et Z, ont l'habitude d'utiliser les outils numériques au quotidien et dans presque tous leurs achats. Un usage du numérique dans le végétal participe à « dépeussier » les différents métiers et retenir durablement cette nouvelle clientèle



Raccourcir le processus de vente

- Les outils numériques utilisés pendant le confinement ont permis de gagner en efficacité et de raccourcir les processus de vente, permettant de réaliser un chiffre d'affaires additionnel



Optimiser les chaînes logistiques dans une logique « responsable »

- Les outils numériques permettent d'optimiser les chaînes logistiques et l'usage du réseau physique quand il existe

« Pour chaque commande passée sur notre site, c'est le magasin le plus proche du lieu de livraison qui va réaliser le bouquet. »



- **Expert fleuriste**

Implications



Définir une stratégie numérique, qui s'intègre avec les activités « physiques », permettent de les servir pour éviter l'effet « gadget »



Former les entrepreneurs et les salariés aux outils numériques pour faciliter et optimiser leur usage et permettre ainsi un gain d'efficacité



Anticiper les impacts sur la transformation du métier

« Nous réfléchissons à une stratégie numérique qui nous permettra de faire basculer nos salariés vers plus de conseil, pour augmenter la valeur ajoutée apportée aux clients »



- **Expert entrepreneur du paysage**

La majorité des experts ont souligné la nécessité de rééquilibrer l'ensemble de la filière



Constats partagés

« J'ai demandé à mon client jardinerie de prendre en charge une partie du coût de ce qui a été mis en production pour eux et n'a pas été vendu, sans succès, je n'ai eu aucune réponse. Il n'y a **pas de répartition du risque en France**, ce qui est dangereux dans un contexte sanitaire incertain » *Expert horticulteur*

« Il faut **sécuriser l'amont** (production, récolte), c'est essentiel, il faut laisser les moyens aux agriculteurs de pouvoir produire, on a besoin d'eux. » *Expert semencier*

« Il faudrait que la production arrive à négocier des prix plus élevés auprès de la distribution – aujourd'hui, elle est trop désorganisée pour y parvenir, ce qui profite aux distributeurs. » *Expert horticulteur*

A l'issue de la crise, certains producteurs notent cependant un début de changement d'attitude de la part de la distribution : acceptation de la hausse des prix pour certains produits, prise de conscience de la vulnérabilité des producteurs, restructuration de la planification... Le caractère durable de cette tendance reste à confirmer.



Des pistes de solution

Partager les risques : « Les **distributeurs devraient participer** au coût de mise en production par exemple » *Expert horticulteur*

Soutenir l'investissement pour moderniser l'outil de production : « Il faut **accompagner les producteurs dans leurs investissements**, afin de restaurer un peu de rentabilité pour importer moins. Il n'y a pas de raison objective qu'il n'y ait pas plus de production en France. » *Expert pépiniériste*

Regrouper les forces pour avoir plus de poids : « Une condition majeure de la reprise du tissu productif est **l'organisation de la filière** en s'inspirant des Pays-Bas, par exemple autour de la logistique et de la négociation des prix avec les distributeurs. » *Expert horticulteur*



La filière horticole hollandaise est organisée autour de nombreuses entreprises spécialisées (dont des exportateurs et des logisticiens), une répartition des risques entre producteurs et distributeurs, de la R&D innovante, 10 000 hectares de serres

La crise a également relancé une réflexion stratégique sur le rôle de la filière dans la société



Une filière essentielle à l'aménagement des territoires dans un contexte de changement climatique

« Il va faire de plus en plus chaud, il faut **verdir les espaces**, planter. Il y a de vrais **enjeux climatiques auxquels la filière du végétal peut contribuer à répondre**, il faut communiquer sur cela auprès des collectivités locales. Cela nous donnera du travail et sera en même temps bénéfique à la société. »

Expert entrepreneur du paysage



Des métiers contribuant au besoin de naturalité des Français

« Les français se sont rendu compte qu'ils avaient **besoin de nature**, pendant ce confinement, plus que jamais. Il faut donc **communiquer** autour de ça et **valoriser nos savoir-faire, partager notre passion du végétal**. »

Expert Jardinerie

« Il faut que nous soyons audibles auprès des spécialistes de l'aménagement de bureaux par exemple, pour **valoriser le végétal partout où on en a besoin**. »

Expert entrepreneur du paysage

Une mise en valeur de ces rôles pourrait permettre de redynamiser la filière dans une logique de cercle vertueux

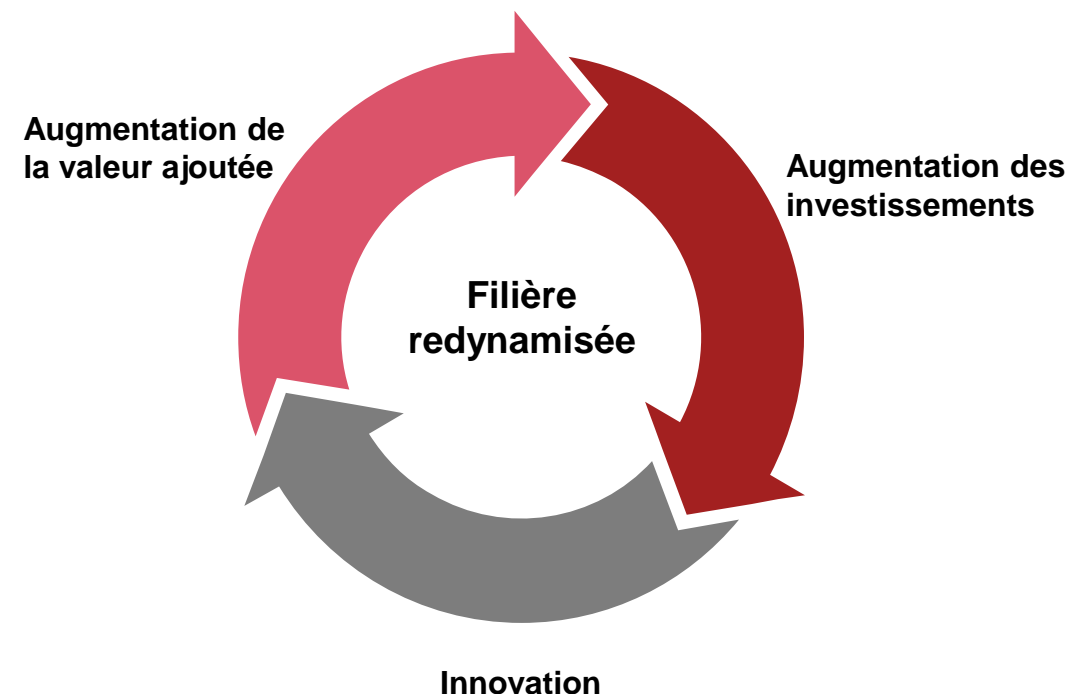


Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Annexes

Parti-pris méthodologiques

Exemples d'analyses « producteurs » par typologie « gamme-marché »

Exemples d'analyses « producteurs » par région

Comparaison de l'impact CA en phase 1 vs. phase 2



Les réponses ont fait l'objet d'un redressement via des clés adaptées

Méthodologie de l'analyse de données (1/2)

Segment	Données utilisées pour l'analyse	Méthode de redressement ¹ des données
Production	Nombre d'entreprises	Pondération selon 5 marchés (producteurs détaillants, producteurs vendant à la distribution spécialisée, aux GMS...)
Fleuristes	Nombre d'entreprises	Pondération selon 4 strates de taille (fourchettes du nombre de salariés)
Jardineries	Nombre de points de vente (dû à d'importantes variations du nombre de points de vente par entreprise)	Pondération selon 2 strates de taille et selon le nombre d'établissements
LISA		Pondération selon le nombre d'établissements
Entreprises du paysage	Nombre d'entreprises	Pondération selon 4 strates de taille (fourchettes du nombre de salariés)
Paysagistes concepteurs	Nombre d'entreprises	Pas de pondération (nombre insuffisant de répondants)
Grossistes (non inclus)	Nombre d'entreprises	Pas de pondération (nombre insuffisant de répondants)

Certains indicateurs ont été extrapolés à l'échelle du secteur via des clés appropriées

Méthodologie de l'analyse de données (2/2)

Calcul

Remarque méthodologique

Extrapolation d'emplois disparus et menacés à l'échelle d'un segment

- Calcul de la proportion d'emplois disparus sur le nombre total de salariés de l'échantillon puis multiplication par le nombre d'emplois total du segment correspondant. Méthode identique pour les emplois menacés.

Cessations d'activité futures

- Les analyses sur les potentielles cessations d'activité futures ont été conduites sur les entreprises n'ayant pas déjà cessé leur activité de façon permanente

Agrégation des données par collège puis par filière

- Lorsque les données ont été agrégées en sous-collèges, collèges ou filière, une pondération selon des clés pertinentes (nombre d'entreprises / poids du CA / poids des effectifs) a été systématiquement appliquée¹

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Annexes

Parti-pris méthodologiques

Exemples d'analyses « producteurs » par typologie « gamme-marché »

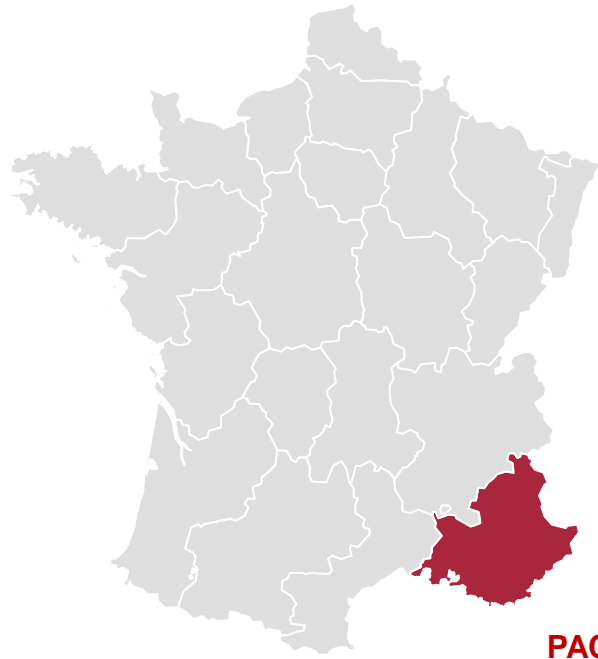
Exemples d'analyses « producteurs » par région

Comparaison de l'impact CA en phase 1 vs. phase 2



La région PACA est deux à trois fois plus affectée que le reste du territoire avec une baisse de CA de -33% de mars à juin et de -12% annuellement

Indicateurs clés pour les producteurs de la région PACA

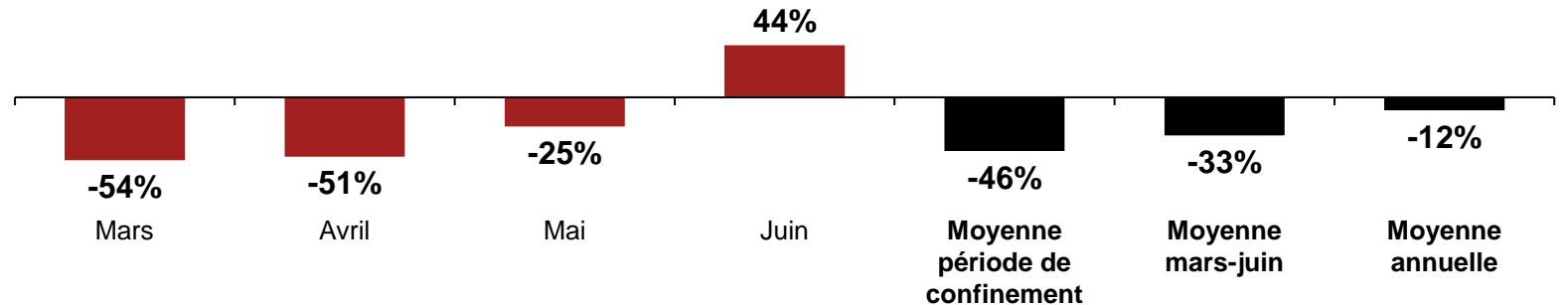


PACA

La région PACA est un bassin de spécialistes de la fleur coupée vendant à des grossistes – or il s'agit des acteurs les plus impactés par le confinement, d'où des chiffres largement en deçà de la moyenne nationale

Les spécialistes de la fleur coupée sont les plus touchés par cette baisse

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs 2019



Impact emploi à date et d'ici la fin de l'année

	% entreprises ayant licencié	% de postes disparus	% d'entreprises souhaitant licencier	% de postes menacés
CDI	5%	12%	5%	Impact minime
CDD	24%	7%	6%	Impact minime

Base d'échantillon (mois) = 165
Base d'échantillon (année) = 179

Base d'échantillon (CDI) = 179
Base d'échantillon (CDD) = 176

La région Pays de la Loire est légèrement plus affectée que le reste de la France avec une baisse de CA annuel de -4%

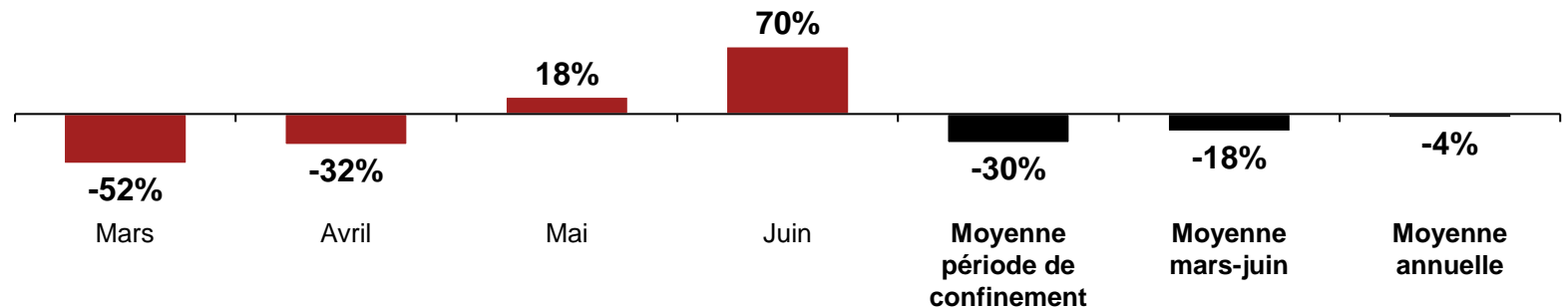
Indicateurs clés pour les producteurs de la région Pays de la Loire



Le tissu productif du Pays de la Loire est très diversifié en termes de marchés clients, d'où des chiffres qui se rapprochent globalement de la moyenne nationale, bien que légèrement en deçà

Les pépiniéristes sont les plus touchés par cette baisse

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs 2019



Impact emploi à date et d'ici la fin de l'année

	% entreprises ayant licencié	% de postes disparus	% d'entreprises souhaitant licencier	% de postes menacés
CDI	Impact minimale			
CDD	27%	1%	Impact minimale	

Base d'échantillon (mois) = 33
Base d'échantillon (année) = 47

Base d'échantillon (CDI) = 49
Base d'échantillon (CDD) = 50

Table des matières

Contexte & méthodologie

Les impacts du confinement sur les différents métiers

Les ressources mobilisées pour traverser la crise

Les perspectives à fin 2021

Annexes

Parti-pris méthodologiques

Exemples d'analyses « producteurs » par typologie « gamme-marché »

Exemples d'analyses « producteurs » par région

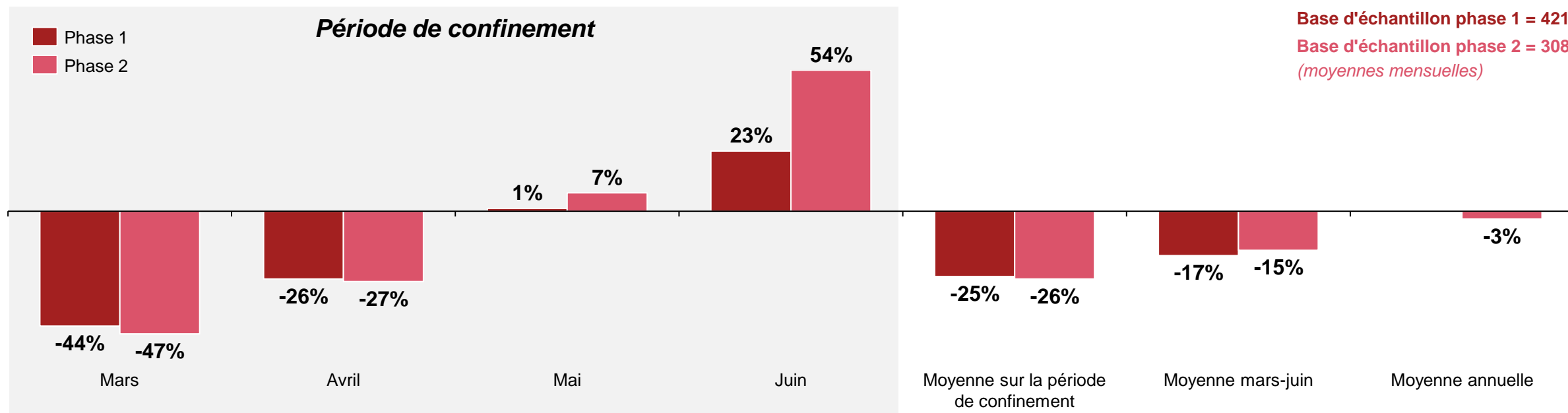
Comparaison de l'impact CA en phase 1 vs. phase 2





La production enregistre une baisse de CA de -15% de mars à juin, légèrement au-delà des estimations de la phase 1

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 dans la production



Les pertes des mois de mars et d'avril ont été légèrement sous-estimées en phase 1 de l'étude

La reprise constatée en mai et juin a été sous-estimée lors de la phase 1 de l'étude

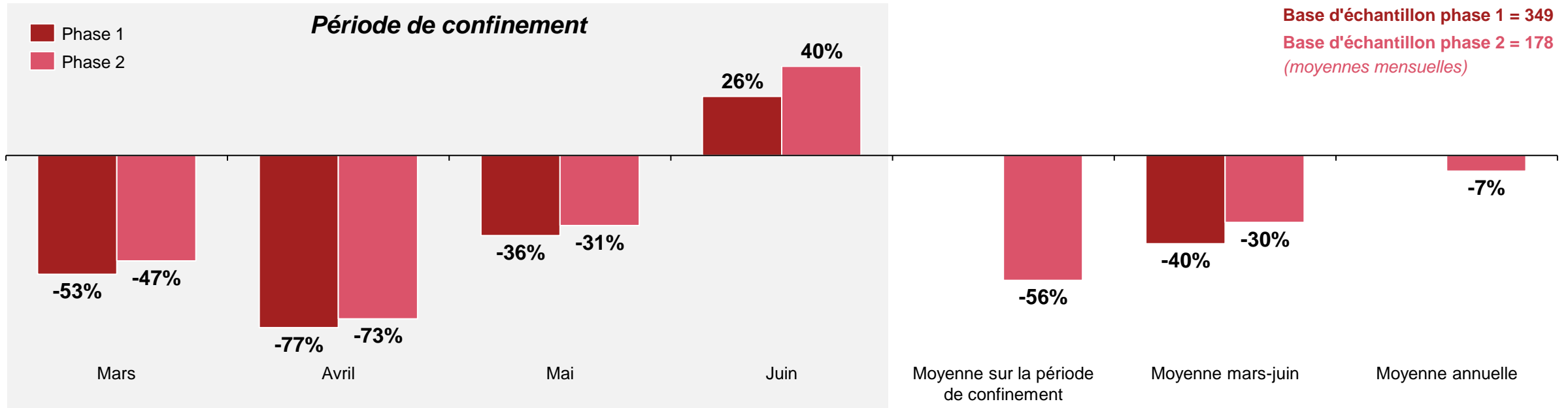
Les chiffres de pertes moyennes sur la période de crise restent cohérents entre la phase 1 et 2 de l'étude

Malgré un rebond post-confinement, le secteur affiche une croissance négative sur l'année



Malgré un mois de juin plus clément qu'estimé en phase 1, les fleuristes enregistrent une perte annuelle de -7% de CA

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 pour les fleuristes



Les gains du mois de juin ont été sous-estimés en phase 1 de l'étude

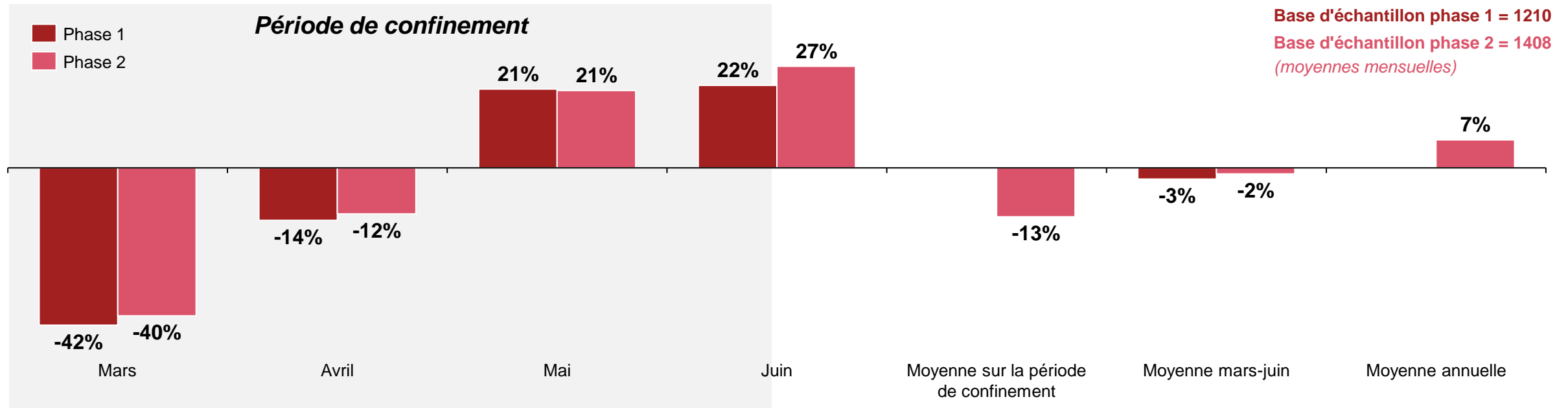
Les fleuristes enregistrent une perte légèrement moins importante qu'estimée en phase 1 de l'étude sur la période mars-juin

Malgré ces améliorations, les résultats annuels restent défavorables



Malgré des pertes de CA de -2% sur mars-juin, les jardinerie/LISA totalisent un gain de 7% de CA sur l'année grâce à une reprise forte

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 pour les jardinerie/LISA



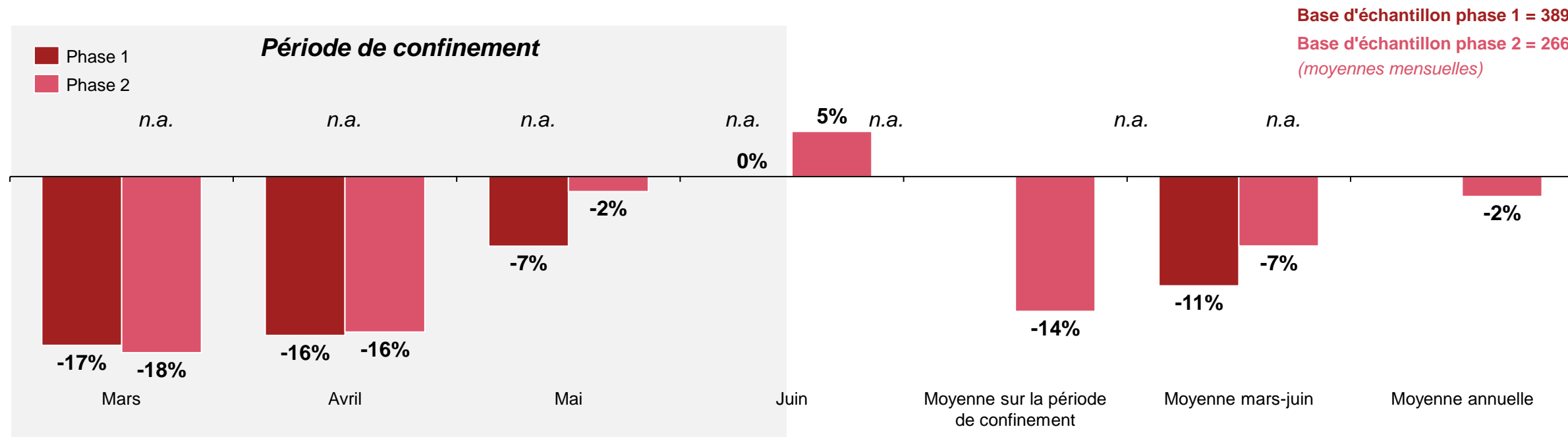
Globalement, les **pertes et les gains** ont été **correctement estimés** durant la phase 1

Les **mois de mai et juin exceptionnels** propulsent le **CA annuel** à **+7%** par rapport à 2019



Les entreprises du paysage totalisent une baisse annuelle de -2% de leur CA, malgré une meilleure performance qu'en phase 1 en mai et juin

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 pour les entreprises du paysage



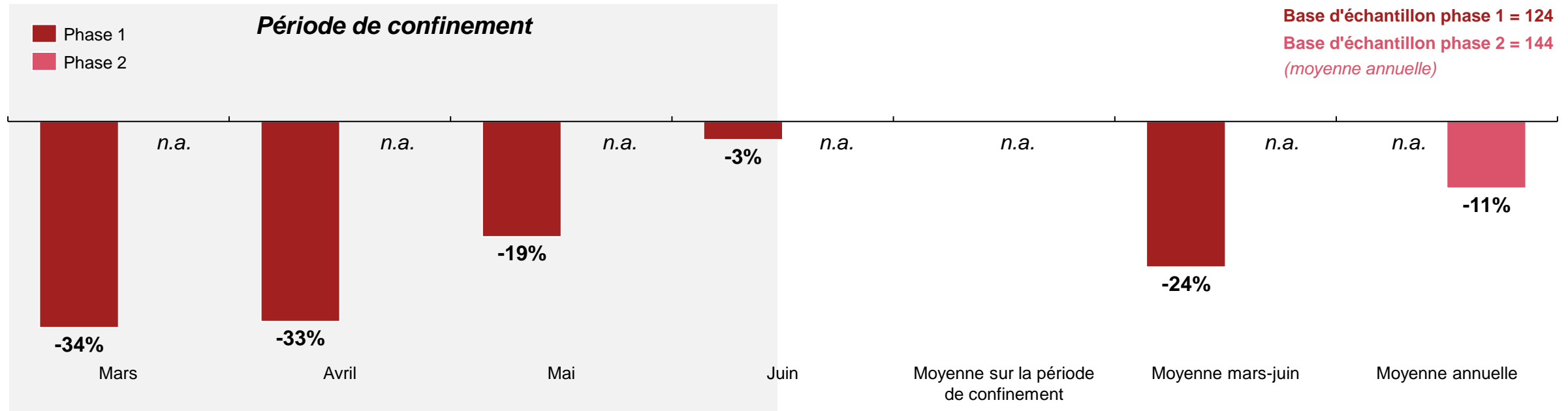
Les performances des mois de mai et juin ont été sous-estimées lors de la phase 1

Malgré une amélioration par rapport à la phase 1, les entreprises du paysage totalisent une perte de CA de -7% sur mars-juin



Les paysagistes-concepteurs enregistrent une baisse annuelle de -11% de leur CA, pour un baisse de -24% en mars-juin en phase 1

Evolution du chiffre d'affaires en 2020 vs. 2019 pour les paysagistes-concepteurs



Dû à un taux de réponses très faible pour le CA mensuel en phase 2 (8 répondants), seulement les données sur le CA annuel ont pu être exploitées

Merci

Contacts

Baptiste BANNIER

Associé, PwC France

M: +33 6 11 05 96 18

baptiste.bannier@pwc.com

Vladislava IOVKOVA

Associée, Strategy& France

M: +33 (0) 6 31 25 30 98

vladislava.iovkova@pwc.com

strategyand.pwc.com

© 2021 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see pwc.com/structure for further details.

Disclaimer: This content is general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.