



ÉDITORIAL

PAR PASCAL FAYOLLE
fayolle@lienhorticole.fr

L'opportunité d'un commerce en mutation

Réinventer des concepts de jardinerie urbaines plus proches du consommateur citadin est l'un des mouvements de fond qui semblent engagés à l'heure actuelle sur le marché du jardin et dans lequel se sont engouffrées deux jeunes passionnées à Nantes – 44 (page 12). Ce type de magasin existait déjà, portait le nom de graineterie. Il a largement périclité au fur et à mesure que se développaient les jardinerie, s'amuseront les esprits sarcastiques. Alors soit, ces pionniers d'un commerce renouvelé sont peut-être plutôt en train de dépolir le concept de la graineterie.

Mais cela ne change rien à l'affaire.

Après plusieurs décennies passées à grossir et à rassembler en un même lieu une offre toujours plus large et moins chère pour simplifier la vie du consommateur tout en l'équipant de toujours plus de biens, la distribution est entrée dans une nouvelle ère. La volonté et/ou la nécessité de limiter l'usage des transports individuels n'est plus toujours compatible avec ces centres commerciaux impersonnels et trop éloignés des zones résidentielles.

Depuis quelques années déjà, les centres commerciaux se réinventent, devenant plus tendance, plus ludiques, des lieux qui ne sont plus exclusivement destinés à faire des courses, mais aussi à se rencontrer et se cultiver. En centre-ville, c'est plutôt à la réinvention de la rue commerçante que l'on assiste, avec des magasins dans lesquels on vient se fournir, mais aussi participer à des ateliers, ou simplement chercher des idées. Pour la production, reste à savoir comment surfer sur cette tendance qui offre de nouvelles perspectives pour des productions locales mieux valorisées...



PHOTO : ISABELLE CORDIER

14
Elle anime son point de vente et cultive la relation client



PHOTO : VALÉRIE VIDRIL

8
« Miser sur la production et la largeur de gamme »



PHOTO : PASCAL FAYOLLE

12
Un magasin urbain pour répondre aux attentes contemporaines

Actualités

Épidémiologie. Pyrale du buis : l'été ravageur	4
Distribution : une union pour relancer la pépinière	5
Veille végétale. Élu par <i>Rustica</i>	6
International. Pays-Bas. Plantarium : à la recherche d'un second souffle	7

Solution

« Miser sur la production et la largeur de gamme »	8
--	---

Technique

Le polypore écailleux, un champignon facile à identifier	10
--	----

Nouveautés

Végétal. <i>Saxifrage</i> 'Lakmé' : plus haut, plus florifère	11
Végétal. <i>Rosa Generosa</i> 'Pink Flamingo', var. Bozladbel : odoriférante	11
Végétal. <i>Gerbera Capitol Reef</i> : adapté au design d'intérieur	11

Végétal. <i>Gerbera Garvinea</i> ® Sweet Love® : rouge intense pour les jardins	11
Matériel. Tendances urbaines : des bulbes faciles pour les balcons	11
Matériel. TERRO'city kid : le terreau adapté aux enfants	11

Marchés

Un magasin urbain pour répondre aux attentes contemporaines	12
---	----

Gestion

Elle anime son point de vente et cultive la relation client	14
---	----

Services

L'agenda en France et à l'étranger	15
Le calendrier des formations	15
Vient de paraître	15

Les annonces

Une enveloppe de prospection sélective en quatrième de couverture.

Disponible en 0.5L, 2L, 3L et 4L

**NOUVEAU FOND
ROND-CARRÉ**

Fond à 3 niveaux
Drainage et aération du substrat optimisés.



Gain logistique

18 références adaptées à de multiples solutions marketing



L' Art d'innover pour le Végétal

info@soparco.com

02 33 73 30 11