

WWW.FLOREVENT.FR



REFLEURIR EN FRANCE

TRANSCRIPTION INTÉGRALE

Salon FlorEvent

— Fleurs, Plantes, Déco, Événementiel —

REFLEURIR EN FRANCE

AVEC LE SOUTIEN DE NOS PARTENAIRES

MANUEL RUCAR - CHLOROSPHERE
POUR LA COORDINATION DE CET ÉVÉNEMENT

FRANCK PROST
POUR L'ANIMATION DE CET ÉVÉNEMENT

LGD FLORONALPES
POUR LA DÉCORATION VÉGÉTALE DE CET ÉVÉNEMENT

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE

VALHOR
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL



INTRODUCTION PAR ANNE-MARIE FRAPARD, ORGANISATRICE ET DIRECTRICE DU SALON FLOREVENT

Bonsoir à toutes et à tous, je suis Anne-Marie FRAPARD, directrice du salon FlorEvent, et je vous remercie d'avoir répondu si nombreux à l'appel de cette soirée exceptionnelle qui se joue à guichet fermé. Nous avons décidé d'organiser cette soirée face aux débats qui peuvent subsister entre les différents professionnels de notre filière.

Il nous a semblé important, à Manuel RUCAR, Franck PROST ainsi qu'à VALHOR, soutien de cette soirée, d'ouvrir la discussion et de permettre à chaque position de notre filière de s'exprimer, depuis la formation jusqu'à la vente, en passant par la production évidemment. L'objectif de cette soirée n'est pas d'opposer la fleur française à la fleur étrangère, mais bien de valoriser la place de la fleur en France. Vous le savez, le contexte international est aujourd'hui plus que tendu et pourrait encore impacter notre marché. L'enjeu ce soir est de faire le point, de savoir de quoi nous parlons pour pouvoir mieux envisager l'avenir.

Je tenais à remercier les partenaires de cette soirée, notamment LGD Flornalpes pour la décoration végétale de cet espace et VALHOR pour son soutien sur l'organisation et la coordination de cette soirée. Je vous laisse entre les mains de nos deux animateurs et de nos intervenants. Ouvrons nos esprits, c'est le moment !



FRANCK PROST ANIMATEUR JARDIN, FLEURISTE ET HORTICULTEUR DE MÉTIER

Offrir un bouquet pour la Saint-Valentin, est-il un crime ? Voilà UNE phrase que j'ai pu lire dans la newsletter de Luc Narolles, journaliste de la filière.

Bonsoir à tous,
Franck Prost, horticulteur de formation, journaliste animateur pour la filière, cette filière que je côtoie depuis plus de 30 ans puisque, tout comme vous, je suis fleuriste.
J'aurai plaisir à vous accompagner durant cet échange.
Je sens que tout cela va être passionnant !

9 fleurs sur 10 en France seraient importées, source Agri MER.
Pour la Saint-Valentin, la rose rouge est l'incontournable pour le consommateur et les fleuristes in fine.

Il y a les médias qui travaillent malheureusement contre notre filière en nous pointant du doigt.
Sur le front avec Hugo Clément, Envoyé spécial juste avant la Fête des Mères, l'enquête de UFC, que choisir, pile poil le jour de la Saint-Valentin.
Importer est polluant, produire aussi !
La profession est consciente des problèmes de santé ou d'impact écologique, mais que faire face aux porte-monnaie du consommateur ?

Alors, pouvons-nous espérer une floriculture française retrouvée ? (Et si possible éco-responsable).
Les consommateurs sont-ils réellement prêts à payer (parfois) un peu plus cher pour leurs fleurs ?
Entre rentabilité, biodiversité et ambitions nouvelles, faisons avancer ce débat ensemble ce soir.

Le décor est planté, nous serons ensemble durant une bonne 1H30.

Je serai aux côtés de Manuel Rucar du cabinet de tendances CHLOROSPHERE.
BONSOIR Manuel



MANUEL RUCAR TENDANCEUR DE CHLOROSPHERE

7692 fleuristes en France (chiffres Valhor 2023). Aucun ne dira qu'il refuse de vendre de la fleur française. Combien aujourd'hui revendiquent de ne vendre aucune fleur provenant de l'import, quel qu'il soit ? Quelques dizaines. Est-ce marginal ? Oui ! Est-ce négligeable ? Oui ! Devons-nous pour autant l'ignorer ? Non ! Ils sont des lanceurs d'alerte. Ça fait mal. Ça vous fait mal. Ça blesse car nous n'avons pas de remède miracle, mais le public adore.

Pourtant, les reportages à charge contre la fleur ont généré un buzz médiatique qui n'a jamais permis auparavant de faire autant parler des fleurs ! Le résultat ? Une Saint-Valentin 2025 avec des ventes record. Ce record s'est expliqué d'après nos études de terrain 2025, étrangement par la génération Z, ces moins de 30 ans qui faisaient la queue chez les fleuristes à partir de 17h le 14 février 2025.

La génération la plus à l'écoute a aussi été celle qui a le plus acheté en volume, bien entendu à 85 % des fleurs d'import.

Qu'en conclure ? Que la transparence paye ! Que le dialogue est ouvert avec ces jeunes générations. Il est temps de s'adresser aux consommateurs avec toute l'honnêteté qu'ils nous demandent. Ils ont notre attention.

C'est l'enjeu de cette soirée : savoir où nous en sommes et savoir que dire réellement aux Français. C'est parti pour 1h30 d'exploration !

LE PLAN DE L'ÉVÉNEMENT :

Franck : Je vous propose 4 volets dans cet échange.

Tout d'abord, nous parlerons formation et restructuration de la filière : Les nouvelles formations à la floriculture Piverdière.

En deuxième partie : Quoi et comment produire ? Retour d'expériences d'un producteur-fournisseur des nouvelles fermes florales avec la société Ernest Turc Moinet & Fils : qui combine production propre et import.

3ème Temps de notre rencontre : Vendre, le nerf de la guerre. Des Détaillants répondront à mes questions. Le fleuriste "les Imparfaits" : Le pari de la fleur de saison en toutes saisons.

Falabella qui propose des lâchers de fleurs !!!

Nous plaçons en eux beaucoup d'espoirs, les producteurs du Var représentés ce soir par le Marché aux fleurs de Hyères et la marque Hortisud.

Et enfin, pour conclure 4ème temps : la valorisation du combo producteur détaillant. Et une très belle histoire pour la fin, celle d'un binôme gagnant : Le Garden Artisan fleuriste à Avignon et la Ferme de Bourgas.

Pour clôturer la rencontre, un fleuriste sera à ce micro, un homme qui connaît très bien la filière et la vit depuis près de 30 ans. Florent MOREAU est avec nous, il est aujourd'hui PRÉSIDENT DE VALHOR.



TEMPS 1 : FORMER ET STRUCTURER

Manuel, je vous demanderai votre intervention pour lancer chacun des 4 volets de ces échanges et commençons par Manuel, si la production doit se restructurer, comment se préparer pour demain ? Je sais que produire des fleurs et les cueillir à la rosée du matin avec un chapeau de paille, ça fait rêver, mais c'est un métier ! La demande clients et l'évolution, un nouveau mouvement en marche ? Si la production doit se restructurer, comment se préparer pour demain ?

Réarmer une filière, c'est lui redonner les compétences, les structures et le cadre légal de le faire. Le rose bashing et le buzz des fermes florales font naître de nouvelles vocations qu'il faut pouvoir cadrer, aider, orienter. Où en sommes-nous ? Aujourd'hui, le battage médiatique autour des fermes florales est puissant. Depuis 2018, des magazines comme Milk, Brut ou encore Elle ont consacré de nombreuses pages à ces femmes en reconversion qui se lancent en production de fleurs sur quelques centaines de mètres carrés. Dans le même temps, elles ont créé un espoir : liberté, autonomie, travail proche de la nature, circuit court, permaculture, indépendance financière. Est-ce le cas ? L'avenir nous le dira. Entre-temps... tous ces espoirs font briller les yeux des adultes en reconversion et des jeunes en quête d'orientation. Cette autoproduction en vente directe est émergente et inspirante. C'est une niche avec en moyenne 2000 m² de surface de production et entre 180 (assurément) et jusqu'à 500 supposées fermes florales, et ce n'est que le début. Dans le même temps, la production à destination de la revente reste marginale, avec un enjeu plus important sur l'export, notamment pour des raisons, tout simplement, logistiques. La question de la formation est donc capitale. Les premières sur le sujet nous viennent du Québec. Pas étonnant quand on sait que les USA ont actuellement une politique très agressive de réindustrialisation, y compris sur la floriculture. En France, il y a 5 livres édités souvent en traduction d'ouvrages outre-Atlantique, des formations agri ou agro, mais aussi depuis peu, des formations pour envisager techniquement comment produire des fleurs en France !



INTERVENANT : MONSIEUR STÉPHANE SALMON, DIRECTEUR DU CNPH-PIVERDIÈRE

Pour commencer, pouvez-vous nous expliquer rapidement comment vous est venue cette idée de mettre en place une formation à la floriculture ?

LE CNPH Piverdière, c'est le centre national de production horticole, donc la production est au cœur du sujet, notamment avec la fleuristerie. Pour la production, il existe déjà des formations pour l'installation en floriculture, mais les projets ont disparu. Il y a deux ans, nous avons identifié le signal. Des premiers signes de producteurs qui voulaient s'étendre à la floriculture. Le second signal a été des fleuristes eux-mêmes qui souhaitaient s'installer, mais avec un manque de technique et de connaissances. De ces deux échos est née l'idée de créer un nouveau module de formation en ferme florale. Une formation courte sur le sujet, mais avec un vrai axe professionnel. Produire, c'est un métier, c'est un produit fragile. Nous avons créé un format hybride sur 6 semaines.

Concrètement, quels sont les types de cours auxquels assistent les apprenants ?

Il y a deux gros chapitres : l'environnement technique (avec l'itinéraire de culture, l'agronomie, de botanique, de soin des plantes et de tout l'environnement de production), le second c'est le modèle économique : comment construire et gérer son entreprise.



INTERVENANT : MONSIEUR STÉPHANE SALMON, DIRECTEUR DU CNPH-PIVERDIÈRE

Finalement, qui sont, pour l'instant, vos élèves ? leur profil ?

Il y a trois profils qui se distinguent :

- un fleuriste avec du foncier et qui souhaite un complément de fourniture (fleurs mais aussi du feuillage ! une production importante et pas trop complexe)
- un couple avec un maraîcher-agriculteur dont la femme souhaite profiter du foncier pour se lancer dans la fleur coupée

un adulte en reconversion sans foncier et sans modèle économique qui souhaite se lancer sur un modèle mixte production/transformation/commercialisation. C'est le profil le plus complexe car empli de fantasmes qu'il est parfois difficile de cadrer. On a l'impression de "casser" un peu leurs rêves car il faut de la cohérence entre un projet de vie et la réalité économique de ce type de projet qui est surtout possible comme un complément.

*Quel retour d'expérience faites vous de cette initiative ?
Comment voyez vous son futur ?*

Depuis 2 ans, nous constatons que les projets avec foncier et ceux en couple vont très vite. Les profils avec des connaissances techniques, mais surtout un modèle économique et légal cohérent, peuvent se lancer très rapidement et avec efficacité. Le troisième profil est le plus délicat. C'est un sujet très à la mode ; contrairement au maraîchage bio qui décline, le fantasme de la floriculture est toujours en vogue, mais il faut faire attention à ne pas nourrir ce fantasme d'illusions. Nous y veillons.

Aujourd'hui, il y a de belles initiatives et dynamiques, mais il ne faut pas montrer de signaux de faiblesse sur les structures qui s'arrêtent pour les mauvaises raisons. L'enjeu est de bien lancer les profils pour que ce soient des modèles durables. Il y a plein de modèles différents, non concurrents mais complémentaires. Chacun doit trouver sa place dans cette filière, et c'est à cette condition que le projet fonctionnera.



FRANCEAGRIMER : SAFER, DDTM, STATUT AGRICOLE : LES FREINS ACTUELS À SOULEVER POUR RÉINVENTER LA PRODUCTION FLORALE EN FRANCE DEMAIN

aujourd'hui qui peut produire des fleurs en France ? faut il être producteur ? agriculteur ? Est ce qu'un fermage est ok ? Peut-on acheter des terres agricoles sans être agriculteur ? Peut-on s'installer en monoproduction de fleurs ?

Explications Manuel RUCAR sur le sujet, les intervenants SAFER et chambres d'agriculture contactés n'ayant pas souhaité s'exprimer sur le sujet :

Admettons que demain la stratégie de l'État, des aides, de la production et de la distribution favorisent l'installation de floricultures en France, ce ne seront plus des centaines de mètres carrés mais des hectares qui pourraient être concernés si on veut rattraper ce pourcentage de fleurs françaises parmi la consommation générale des Français. Dans ce cas, il va falloir accepter de libérer des terres agricoles, ce sera forcément au détriment d'autres productions, ce qui n'est pas du tout la tendance actuelle aujourd'hui. Les organismes comme la SAFER qui priorisent l'attribution des terres vers les productions vivrières n'acceptent pas ou peu de monocultures commerciales. En 2023, la France a perdu 28 000 hectares de terres agricoles qui sont transformées, petit à petit, pour du loisir ou du commerce. Chaque année, c'est l'équivalent de 360 exploitations qui sont rachetées et détournées dans ce que l'on qualifie aujourd'hui de "consommation masquée". J'ai contacté notre département du Morbihan et Anne-Marie celle de Rhône-Alpes, l'agent SAFER m'a indiqué qu'il ne pouvait prendre comme dossiers que 200 à 400 parcelles par an, ce qui constitue qu'un faible pourcentage des transactions réelles. Ils s'attardent donc sur les plus grandes, au-delà de 10 hectares au minimum en Bretagne. C'est bien au-delà en Picardie, par exemple. Sur le site officiel propriétés-rurales.com, le verdict est clair : en moyenne 0 annonce de disponible, et nous faisons cet exercice depuis plus d'un an. Cette semaine, un décret permet maintenant à la SAFER de préempter les terrains vendus avec les fameux corps de fermes plus facilement.



FRANCEAGRIMER : SAFER, DDTM, STATUT AGRICOLE : LES FREINS ACTUELS À SOULEVER POUR RÉINVENTER LA PRODUCTION FLORALE EN FRANCE DEMAIN

Dans le même temps, des floriculteurs convoitent ces terres se revendiquant de plantations sur quelques centaines ou milliers de m², le plus souvent subventionnées ou avec l'aide de cagnottes en ligne. Le défi est beau ! Pourtant... la définition de l'agriculture est claire : L'agriculture « désigne l'ensemble des travaux visant la production de végétaux et d'animaux utiles » aux humains « pour se nourrir, se soigner, se vêtir ou pour les aider dans ses diverses activités », marquant une différence nette avec la sylviculture (gérée entre autres avec l'ONF) et encore plus avec la floriculture qui est à dimension commerciale pure.

Aujourd'hui, la balance agricole est excédentaire et a atteint son plus bas niveau en 2024 depuis 20 ans, un seuil préoccupant pour sa souveraineté alimentaire. Nous produisons plus pour l'export que pour notre consommation propre, c'est-à-dire que la majorité des terres est utilisée pour la création de valeur à l'étranger plutôt que pour nourrir la population, entraînant aussi des dynamiques d'import dans un jeu international de coopération. Nous ne pouvons pas tous nous refermer et si nous le faisons, il va falloir faire des choix qui iront clairement contre la création de nouvelles productions commerciales.

A vertical strip on the left side of the page shows a close-up of several blue flowers, likely hydrangeas, with green leaves. The flowers are in sharp focus, showing their delicate petals and central stamens.

FRANCEAGRIMER : SAFER, DDTM, STATUT AGRICOLE : LES FREINS ACTUELS À SOULEVER POUR RÉINVENTER LA PRODUCTION FLORALE EN FRANCE DEMAIN

Aujourd'hui, une floriculture doit se déclarer plutôt comme maraîchère afin de pouvoir bénéficier de terres agricoles. Elle doit avoir un statut agricole pour pouvoir faire cette production, sachant que dans l'agriculture, rappelons que 50 % de négoce est autorisé. C'est-à-dire que légalement, une ferme florale qui ferait cette déclaration auprès de la DDTM (direction départementale des territoires et de la mer) peut potentiellement exploiter une terre agricole en se déclarant comme du maraîchage (ce qui n'est pas en accord avec la réalité de son activité). Techniquement, dans cette activité, elle aurait le droit de faire elle-même 50 % de négoce (dont l'origine importe peu), ce qui serait totalement inacceptable dans le débat actuel que nous avons aujourd'hui ! Il est utile de le préciser, car cette floriculture installée en agriculture, par le jeu de la diversification actuelle des circuits agricoles, serait incitée à faire de la vente directe, à faire de la transformation de produits. Tout comme un aviculteur est incité à faire ses propres conserves, ventes de poulets grillés ou terrines en tout genre, une ferme florale serait donc, en principe, de la même façon incitée aujourd'hui à faire aussi des mariages, de la vente en boutique, du miel et des légumes, de la vente sur les marchés pour diversifier son activité.

À l'inverse, un fleuriste implanté en centre-ville qui voudrait s'auto-supplier avec une parcelle qu'il possède, par exemple pour du feuillage d'eucalyptus ou pour quelques productions de fleurs, n'aurait pas le droit, par son numéro SIRET, d'accéder à une exploitation commerciale de la terre, qu'elle soit une terre agricole ou un terrain de loisir transformé en terre agricole. Il y a donc un flou des deux côtés : côté agricole avec cette "fausse" déclaration en maraîchage et côté vente avec ce blocage du numéro de SIRET et du code APE du fleuriste qui n'a pas accès aux terres agricoles. Donc, dans les deux cas aujourd'hui, il y a un vide qui n'a pas été statué ; il y a une case qui manque pour pouvoir faire cette production, qu'elle vienne du secteur agricole ou qu'elle vienne du secteur commercial.



TEMPS 2 : PRODUIRE

Quoi et comment produire ? Quelles limites pour une offre par essence limitée ? Quels freins à l'installation ? Des tendances à la réalité d'un monde agricole qui ferme les portes de la monoculture de plaisir, comment produire des fleurs en France ?

Dans les années 80, avec l'arrivée des jardinerie, les horticulteurs se sont concentrés sur les mêmes produits. Tous concurrents sur des niches : cyclamen, hortensia, poinsettia et fortement dépendants de leurs circuits de diffusion (grossistes et jardinerie notamment). Aujourd'hui, ce modèle s'est en partie effondré, les grossistes ayant quasiment disparu et la production affaiblie s'étant regroupée. Comment ne pas reproduire les mêmes erreurs ?

Le terme consacré est "local et de saison", pourtant il apparaît étrange de vendre du strelitzia tropical en plein mois de février en Normandie, ou du mimosa australien décrété comme invasif dans le sud de la France.

Il y a un choc culturel entre la perception des consommateurs, les habitudes et la réalité d'une production qui s'est diversifiée sur des espèces non endémiques. Il paraît important de définir ce terme local pour éviter l'amalgame avec "végétal local" ou même endémique.

Dans les années 80, l'agriculture française a suivi l'essor des jardinerie. Ces circuits normés ont généré une concentration de la production qui s'est focalisée sur quelques espèces des années 20 à 80 que l'on connaît bien aujourd'hui et qui se sont massifiées, telles que le cyclamen, le kalanchoé et le poinsettia, pour ne citer qu'elles. Toutes ces entreprises se sont focalisées sur les mêmes produits et ont connu les mêmes difficultés. Au départ, elles se sont regroupées pour profiter du flux et des facilités logistiques, et très vite, elles se sont retrouvées dans une position très concurrentielle où chaque voisin faisait la même chose, induisant une chute massive des prix et une logique de volume qui les a amenées à leur perte aujourd'hui.

TEMPS 2 : PRODUIRE

Il se passe un peu la même chose pour la fleur coupée, nous misons en ce moment sur des espèces qui ont fait leurs preuves comme le dahlia et qui plaisent au consommateur, mais vous le savez, les tendances changent, les modes évoluent ! Est-ce que dans 10 ans, quand nous aurons 3000 fermes florales en France qui ont toutes fait du dahlia, n'auront-elles pas les mêmes problèmes ? Comment aujourd'hui la production se structure-t-elle en France ? Et peut-on parler de fleurs locales si toute la génétique provient de l'étranger ? Y compris les semences et bulbes ?

L'innovation variétale est une des principales sources de création de valeur dans notre filière. De la même façon qu'aujourd'hui le débat est focalisé sur la fleur, pourrait-on parler demain des mêmes sujets autour de la plante verte qui provient quasiment exclusivement de la Belgique, de la Hollande et du Danemark, produite sous serres chauffées quand le phénomène des plantes d'intérieur est en vogue depuis 2015 en France ? Pourquoi personne n'a misé sur ce phénomène ? Il y a des raisons évidentes.

La cible est aujourd'hui la fleur : pour son origine, son bilan carbone, son transit de nuisibles ou sa teneur en pesticides. Ce sont ces sujets qui cristallisent le débat. La production réagit et se restructure notamment autour de 400 horticulteurs dans le sud ou encore de produits historiques comme l'hortensia ou le bulbe en Bretagne. Comment ?



INTERVENANTE : MADAME ELISE VANDOEUVRE, RESPONSABLE QUALITÉ ET R&D CHEZ ERNEST TURC

En tant que fournisseur de bulbes et semences pour les pro, avez-vous perçu ces fermes florales arriver parmi vos clients ?

Depuis 2018 nous avons un catalogue pour les professionnels avec un encart spécifique pour les floricultures. Nous avons toute une gamme de produits qui peuvent répondre aux besoins des fermes florales en termes de variétés et de quantités.

Comment avez-vous réagi au début? et maintenant ? Avez-vous une offre spécifique pour elles ? Comment gérez-vous la diversité florale à proposer pour éviter la concentration vers les mêmes espèces ?

Nous proposons 2500 variétés de bulbes et semences, y compris pour les fermes florales. Pour nous, elles sont traitées comme des professionnels. Nous avons des indicateurs qui permettent de savoir si nos bulbes sont dédiés aux fleurissements de massifs des parcs et jardins, ou alors à la production de fleurs coupées. Nous proposons de la production locale et avons relocalisé la production française. Nous sommes partenaires du SCRADH qui nous aide à suivre la qualité des fleurs coupées issues de nos productions. En 2024, nous avons commencé à proposer des bulbes de narcisses produits en Bretagne, tout comme en 2022 avec les glaïeuls. C'est aujourd'hui toute une gamme diversifiée et locale que nous proposons à celles et ceux qui veulent se lancer en floriculture. N'importe quel professionnel peut commander directement en ligne.

N.B. : une vérification a été réalisée sur 80 comptes Instagram actifs de fermes florales et seuls trois mentionnent clairement une fourniture de bulbes en France. Les photos observées permettent de constater que pour la grande majorité des cas, il ne s'agit pas de fournisseurs français.



**INTERVENANTS : MONSIEUR DENIS
MOINET, DIRECTEUR & MADAME
PAULINE ARGOURD-GAUFRETEAU
RESPONSABLE COMMUNICATION CHEZ
MOINET & FILS**

Vous êtes reconnus pour être à la fois producteur et grossiste. Votre histoire ne date pas d'hier et votre capital sympathie dépasse les frontières jusque chez vos propres fournisseurs. Quel est votre secret ?

Nous sommes la 9^e génération d'une entreprise d'horticulture de 250 ans. Nous avons la chance d'avoir conservé une partie de la production en plus du commerce. Nous avons toujours souhaité garder un pied dans la production pour ne pas nous détacher du produit et savoir de quoi nous parlons. Nous faisons aussi du négoce de plantes, de fleurs coupées et d'accessoires pour les fleuristes, jardineries et horticulteurs. Nous avons un maillage de producteurs et de fournisseurs partenaires en France et à l'étranger.

Aujourd'hui avez-vous l'impression d'avoir un double discours production/import ou est-ce plutôt une force ?

Nous n'avons pas peur de mélanger la production française et l'importation, et nous revendiquons cette force. Nous sommes persuadés que l'un ne va pas sans l'autre. Nous avons besoin de producteurs. Nous ne sommes pas en capacité, en France, de produire toutes les fleurs dont nous avons besoin. Et ça ne sert à rien de tout produire en France non plus ! Ce n'est pas parce que ça vient de l'étranger que ce n'est pas précieux ! Et ce n'est pas parce que ça vient de France que c'est forcément bien !



INTERVENANTS : MONSIEUR DENIS MOINET, DIRECTEUR & MADAME PAULINE ARGOURD-GAUFRETEAU RESPONSABLE COMMUNICATION CHEZ MOINET & FILS

comment en parlez vous ?

De manière très transparente! aussi parce que nos 49 salariés avec une moyenne de 15 ans de longévité ont à un moment ou à un autre mis les mains en production. Les acheteurs chez nous sont aussi dans le bureau à faire du négoce et tout le monde entend les prix ! Nous sommes très clairvoyants sur les prix et chacun peut avoir accès à l'information. Nous répondons avant-tout aux clients que nous côtoyons tous les jours et qui nous font vivre. Il y a une réalité économique qu'il ne faut pas nier. Que ce soit pour un prix fort ou un prix bas, nous savons l'expliquer et le justifier. Nous travaillons par exemple avec Maxime Clément qui sait nous dire depuis 15 ans si les qualités sont ok ou non et avec tout ce que ça implique en termes de prix et d'approvisionnement. Et nous le comprenons ! car nous sommes également producteur. Nous sommes très exigeants mais la réalité des fleurs répond à des exigences très fortes.

Est-ce qu'il y a des points de blocage aujourd'hui sur cette double volonté ?

La problématique principale reste le transport ! Avec toute la bonne volonté du monde, nous n'arrivons pas à faire acheminer des produits français jusqu'à chez nous, vers La Rochelle. Nous devons acheter des fleurs et plantes françaises qui transitent nécessairement par la Hollande. C'est une aberration et nous n'arrivons pas à trouver les solutions.

Aujourd'hui, nous voulons aussi faire connaître notre métier et ces contraintes. Il y a un enjeu de pédagogie très fort envers nos clients fleuristes qui doivent pouvoir expliquer les choses aux clients. Entre le "pouvoir" et le "devoir", il y a une grosse différence. La logique du prix, nous la vivons tous les jours. Certains produits désirables ont des prix qui explosent par le jeu de l'offre et de la demande, et passé un certain seuil, le prix ne passe plus, le produit reste en stock, un produit qui ne rémunère plus le producteur qui prend tous les risques.

TEMPS 3 : VENDRE

Comment proposer une offre difficilement standardisée et peu prévisible ? Comment passer d'une logique de demande à une logique d'offre ?

Le marché s'est structuré sur une logique du "tout, tout le temps" laissant le choix aux consommateurs. Pourtant, une saisonnalité et des tendances sont une réalité. Les enjeux commerciaux donnent gagnants les stratégies en flux poussés (Lidl, Action par exemple) où l'offre est réduite mais séduisante. Peut-on imaginer demain que les fleurs ne soient plus dans l'opulence mais plutôt dans la découverte ? Des effets de focus saisonnier sur des variétés ?

Aujourd'hui, la vente de fleurs est répartie entre les supermarchés, les fleuristes, la vente en ligne et un certain nombre de circuits parallèles ou périphériques. Ceux qui arrivent le mieux à valoriser l'origine des produits sont ceux qui n'ont pas forcément de boutique, à savoir la vente en ligne.

Les fleuristes et la grande distribution aujourd'hui cherchent des moyens pour valoriser l'origine des produits et expliquer aux consommateurs les conditions de production. S'exprimer sur des affiches, des panneaux ou des posters n'est pas toujours facile, surtout pour un indépendant qui a beaucoup d'autres choses à gérer et pas les connaissances techniques pour se justifier, et parfois encore moins les compétences en communication pour pouvoir le glorifier.





TEMPS 3 : VENDRE

Comment proposer une offre difficilement standardisée et peu prévisible ? Comment passer d'une logique de demande à une logique d'offre ?

Aujourd'hui, nous sommes attaqués sur ce sujet. C'est une communication de crise qu'il faut adopter et cela demande technicité et savoir-faire. Cependant, les fournisseurs, grossistes, coopératives et producteurs, pour qui l'enjeu est hautement stratégique, mettent en place des stratégies pour aider les commerçants à valoriser ces produits et à expliquer la différence entre une production locale, une production européenne et une production internationale, avec les impacts environnementaux et humains de chaque circuit, comme l'a fait l'Union Nationale des Fleuristes relayée par la Fédération des grossistes.

Pourtant, de nouvelles attaques nous affaiblissent, comme cette semaine où une étude pointe l'ampleur des déplacements de bactéries, champignons, insectes, grenouilles, lézards et autres serpents associés aux envois internationaux de fleurs coupées, de plantes en pot et de bulbes.

La Fédération Française des Artisans Fleuristes est réactive et répond aux attaques avec de solides arguments. D'autres initiatives, actuellement menées par Astredhor et la plateforme de vente en ligne Sessile, lancent des projets comme la floribalyse pour créer un indicateur de l'origine des fleurs et, bien sûr, des labels hautement reconnaissables comme Hortisud, qui est une marque, ou Fleur de France, qui est un label, pour permettre aux professionnels d'avoir des points de repère.

Enfin, d'autres initiatives encore plus évidentes existent, comme la vente directe où le consommateur se rend compte directement de l'origine des produits, ou encore des lâchers de fleurs, initiative récente en provenance du monde du paysage.



INTERVENANTE : MADAME MATHILDE DUPERRET, RESPONSABLE D'AGENCE FALABELLA, GROUPE CHEVAL

Vous êtes paysagiste de métier et exploitez des parcs tertiaires pour le compte de vos clients au lieu de les tondre. Ils sont transformés en champs de fleurs. Ces stocks très saisonniers arrivent en masse et vous réalisez des ventes éphémères sous la forme de lâcher de fleurs. Racontez-nous cette aventure incroyablement ingénieuse !

Je suis paysagiste, je fais de l'éco-pâturage et de l'entretien de parcs tertiaires. Nous sommes arrivés à une équipe de 12 personnes en 2 ans. Chez nous, tout le monde fait un peu de tout. Nous sommes paysagistes et nous avons un modèle assez robuste... me permettant d'être aujourd'hui floricultrice ! Comment ? Au départ, c'était mon objectif. Comme cela a été dit précédemment, j'ai donc commencé par chercher du foncier et ce n'était pas possible. Soit on achète une exploitation de plusieurs centaines d'hectares, soit on ne trouve pas, ou alors sous un statut un peu hybride et pas très cadré. J'aurais pu devenir productrice ayant le diplôme qui le permet, mais le modèle économique ne tenait pas. J'ai donc eu l'idée de produire... chez les autres ! Chez mes clients qui ont des parcs autour de leur bâtiment, qu'il faut entretenir. Ces espaces verts ont une nouvelle fonction qui est un superbe argument marketing qui attire de nouveaux clients. Ce n'est pas du greenwashing, nous produisons vraiment des fleurs. Nous sommes sur une exploitation morcelée en multi-parcelles, sans serres, sans arrosage. Nous avons fait le choix d'une réalité de terrain très concrète.



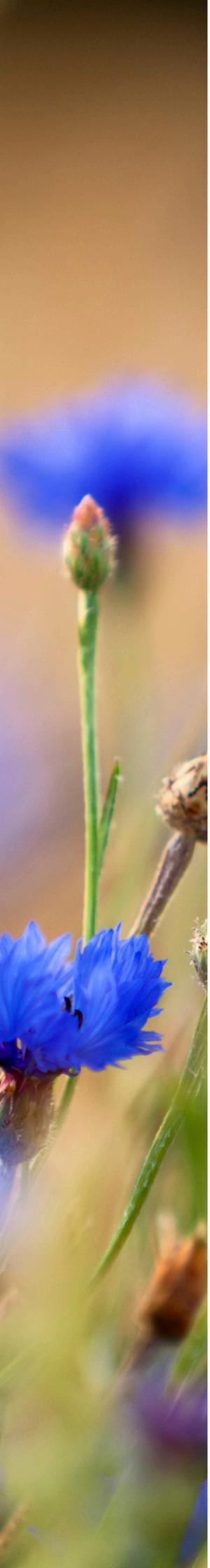
INTERVENANTE : MADAME MATHILDE DUPERRAY, RESPONSABLE D'AGENCE FALABELLA, GROUPE CHEVAL

Que deviennent ces fleurs cultivées sur les espaces verts de vos clients ?

On cultive beaucoup, on récolte assez peu, c'est une culture assez extensive car nous recouvrons des surfaces importantes... parfois la météo nous est très favorable donc nous avons des récoltes énormes ! Donc... à ce moment-là nous déclenchons ce que nous appelons auprès du grand public un "lâcher de fleurs".

Ce sont des ventes éphémères pour les particuliers. Sur inscription 2 à 3 semaines à l'avance, les particuliers viennent acheter des bottes de fleurs ! Nous n'avons pas vocation à faire de la concurrence aux fleuristes, ce sont au contraire des clients également.

Nous ne réalisons pas de bouquet, chacun son métier, les particuliers prennent des bottes brutes et les fleuristes locaux bénéficient également de ces volumes à petits prix pour leurs boutiques, comme en ce moment Romain à Lyon avec les narcisses.



INTERVENANT : MONSIEUR ROMAIN JOUBERT, FLEURISTE ET FONDATEUR LES IMPARFAITS

La fleur de saison c'est votre crédo, pourtant il y a bien des saisons où tous les produits ne peuvent pas être 100% made in france. Comment réagissez-vous ?

En hiver, j'ai fait le pari de prendre 25 % des fleurs en Italie du nord et le reste vient du Var, 1 à 2 palettes par semaine. Nous sommes assez transparents. Nous expliquons la provenance et la diversité. Nous avons la chance depuis 5 ans que nos clients nous laissent carte blanche sans aucun souci. Quand les produits ne sont pas français, les gens comprennent. Nous avons déménagé cette année notre magasin pour un espace plus grand. Nous avons fait le choix d'une Saint-Valentin sans roses et ça fonctionne très bien avec des tulipes et des anémones, par exemple. Sur 300 clients servis pour la Saint-Valentin, nous en avons peut-être 5 qui sont repartis n'ayant pas eu de roses. Pour les plantes intérieures, nous nous battons et sommes toujours à la recherche de producteurs français, mais cela reste quasi impossible.

Avez-vous un ton décomplexé avec vos clients sur ce sujet ? comment leur en parlez-vous ?

Nous sommes transparents ! même sur la fleur séchée nous sommes à 50% français, le reste et l'italie et espagne et nous l'indiquons à nos clients. C'est important.



INTERVENANT : MONSIEUR GILLES RUS, RESPONSABLE HORTISUD / SICA MAF HYÈRES

A votre échelle régionale, vous coordonnez des producteurs différents avec des volumes de production multiples pour de la mise en marché. Votre terroir est favorable à la production florale depuis des générations. Comment pouvons-nous collectivement revaloriser la fleur du var à vos côtés pour demain ?

Le label Hortisud a été développé il y a 25 ans après un constat des grossistes parisiens qui nous ont secoués en nous disant que nous ne valorisons pas notre origine et notre savoir-faire face aux Hollandais et aux Italiens, par exemple. "Vous avez un produit extraordinaire, mais vous êtes totalement désorganisés" face à une offre hollandaise extrêmement structurée. Nous avons donc lancé une grosse réflexion pour structurer notre offre, plus standardisée. Nous avons créé la marque Hortisud sur quelques espèces bien maîtrisées. Derrière, nous avons 400 producteurs qui ont accepté d'entrer dans une démarche de qualité, de contrôles. Ça n'a pas été simple, ça a même été un combat les premières années. Nous avons travaillé notamment sur la tenue en vase comme un gage de qualité pour le consommateur. Nous travaillons sur la qualité visuelle et esthétique, mais aussi sur la tenue en vase par des tests. Si nous n'étions pas passés par cette démarche d'excellence, nous n'aurions pas su fédérer.

Aujourd'hui, nous produisons 90 millions de tiges par an, 280 hectares et 400 producteurs dans le Var. Il y a une quinzaine d'années, nous avons 150 producteurs de roses sous serre et 5 ou 6 producteurs de pivoines. Aujourd'hui, nous avons 180 producteurs de pivoines et 5 à 6 producteurs de roses. Ce qui s'est passé est une révolution due à la concurrence étrangère qui fait que, sur certains produits, la production a décroché. Dans certaines régions du monde, des productions sont imbattables en qualité et en prix. Nous avons donc focalisé nos efforts sur un terroir que nous maîtrisons et qui nous était favorable. Nous n'irons pas sur de la production chauffée et éclairée qui est mieux réalisée ailleurs, ça n'a pas de sens ! Nous restons sur de la production hors gel avec des productions méditerranéennes uniquement.



INTERVENANT : MONSIEUR GILLES RUS, RESPONSABLE HORTISUD / SICA MAF HYÈRES

Quels messages adressez-vous aux producteurs qui souhaiteraient se lancer ? Comment les fleuristes de France peuvent se fournir chez vous ?

Sur les 10 dernières années, nous avons perdu 115 producteurs frappés par l'âge et 85 créations d'entreprises. Ce sont souvent des quadras/quinquas qui ont repris l'exploitation des parents. Des profils qui ont travaillé ailleurs, ont été incités par les parents à faire autre chose, mais reviennent reprendre l'exploitation familiale.

Sur les 10 prochaines années, 41 % des producteurs vont s'arrêter. Potentiellement, nous allons perdre près de la moitié de nos productions. C'est catastrophique car qui dit moins de volumes dit des transports moins efficaces et une chaîne logistique désorganisée. Il va falloir réarmer la production et ce n'est pas facile. Il faut motiver les "jeunes" à reprendre. Inciter les futurs producteurs à s'installer sans les faire rêver. C'est un métier, il ne faut pas se lancer comme ça. Le modèle de production dans notre département, c'est avec un volume suffisant pour intéresser les acheteurs, au minimum 5000 m² chez nous. Nous mettons en place un modèle de mentorat, notamment avec des agriculteurs, pour que les projets d'installation vivent une expérience de terrain. Nous proposons des filières de formation et travaillons sur l'attractivité du métier. Il est indispensable pour nous qu'un porteur de projet puisse passer 3 semaines/1 mois chez un producteur pour confronter son rêve à la réalité du terrain pour mesurer le travail. Après ce stage, nous mettons en place une filière de professionnalisation. Je suis toujours impressionné de voir ces producteurs multitâches. C'est un vrai métier, ça ne s'improvise pas.

TEMPS 3 : VALORISER

Comment le client perçoit le lien entre la production et la vente de la fleur française ?

Le consommateur est sanctionné par le prix avant tout. Le bio souffre de cette situation, mais les menus végan progressent pour d'autres raisons. Les promesses écologiques s'accumulent, mais sont tout autant décriées. Le consommateur a besoin de transparence et d'authenticité. La vente directe explose et des marques tirent leur épingle du jeu avec un discours engagé mais réaliste : Patagonia, Cabaïa, par exemple. Comment montrer de la transparence et la réalité du métier de manière simple et attractive ?

Une fois la production installée et le circuit de distribution trouvé, des alliances se créent et se forment entre les producteurs et les fleuristes en bonne intelligence : à chacun son métier. En revanche, il faut maintenant l'expliquer et le valoriser auprès du consommateur.

Travailler avec une fleur non standardisée, non industrialisée implique que les formes ne soient pas uniformes. Cela demande un peu de dextérité et d'habitude de la part des artisans qui doivent composer des bouquets dans un style nouveau, adapté à cette fleur qui n'est pas rigide et standardisée. D'autre part, cela signifie aussi l'expliquer concrètement par des visages, des photos, des vidéos, de la communication afin d'expliquer aux consommateurs d'où viennent ces produits et que ce lien soit évident et direct, au-delà des labels qui sont de plus en plus nombreux et qui perturbent aussi la lecture.

Il faut aussi pouvoir mettre des images très claires : le visage d'un producteur, une histoire, faire entrer le consommateur dans les coulisses du métier ! C'est ce qui est aujourd'hui plébiscité, notamment sur les réseaux sociaux et le plus facilement référencé par les algorithmes actuels.





INTERVENANTS : MADAME STÉPHANIE ET MONSIEUR LAURENT RIGAUD, ELLE EST FLEURISTE (MAISON RIGAUD), LUI EST AGRICULTEUR (LA FERME DE BOURGAS)

Lui est maraîcher, producteur en vente directe et Elle est fleuriste à succès tant sur les réseaux sociaux que dans la réalité économique de sa réussite. Vous concluez notre table ronde en symbolisant peut être l'idéal parfait d'un modèle désiré par la société d'aujourd'hui pour demain. Racontez-nous votre histoire.

Je suis fleuriste depuis 30 ans, fille de fleuriste, et j'ai rencontré Laurent, agriculteur.

Laurent : Fils d'agriculteurs, j'ai grandi dans l'exploitation, dans les terres depuis toujours. Production arboricole 50 % et légumes 50 %, et lors de notre rencontre, des idées se mettent en place. Ça fait maintenant 5 ans que j'ai lancé la culture de fleurs sur l'exploitation. Comme pour tous les projets professionnels, j'ai commencé par étudier le marché et les techniques, à faire des tests sur des échantillons, à voir comment ça se comporte sur les 4 saisons chez nous et à comprendre les exigences des fleuristes.

Stéphanie : Moi, je suis artisan fleuriste, donc je lui fais part de mes exigences et nous construisons ensemble la gamme idéale. La fleur parfaite n'est pas possible, nous devons composer avec la production, des tiges de 20 à 60 cm sur une même variété. Nous qui sommes éduqués avec des standards, il faut revoir ces exigences différemment.

Laurent : Nous avons de bonnes ventes sur l'anémone et la renoncule, mais nous avons aussi de grosses catastrophes comme sur la tulipe, avec des soucis de production qui peuvent arriver. Il ne faut pas se dire que c'est un tableau idéal. Les jeunes fermes florales qui vendent du rêve, il faut savoir quand même encaisser 60 à 80 heures par semaine d'un travail pénible, ne pas trop écouter son corps et se dédier à sa production. Il faut quand même réaliser la réalité du terrain. C'est de l'agriculture, nous subissons la météo et le climat.



**INTERVENANTS : MADAME STÉPHANIE
ET MONSIEUR LAURENT RIGAUD, ELLE
EST FLEURISTE (MAISON RIGAUD), LUI
EST AGRICULTEUR (LA FERME DE
BOURGAS)**

Comment les clients des boutiques perçoivent l'origine hyper locale des fleurs ?

Ils comprennent ! Nous l'expliquons, Laurent arrive avec "la surprise du jour", le stock est ce qu'il est ! Et ça fonctionne car chacun reste à sa place ! Laurent est producteur et moi je suis fleuriste. Les fermes florales empiètent un peu sur notre domaine. Les fermes produisent, peuvent vendre des bottes à la ferme, mais lorsqu'elles commencent à aller sur les mariages ou l'événementiel, là c'est déloyal. Le tarif n'est pas le même, moi je suis commerçante, j'ai des charges, un loyer, des salaires, un tarif horaire, je suis en boutique 10 heures par jour, parfois 7 jours sur 7, on ne peut pas avoir le tarif que Laurent pratique en vente directe à la ferme.

Il y a une expertise à chaque niveau, une formation, un savoir-faire et ce marché parallèle peut aussi faire beaucoup de mal à nos métiers. Laurent : à la saison des mariages, si la production "double" les fleuristes en les court-circuitant, nous avons un gros souci, car là où nous aurons besoin des fleuristes pour écouler nos productions hors saison, elles ne voudront plus travailler avec nous, c'est logique ! Et tous les consommateurs n'iront pas non plus en production en toutes saisons. On ne peut pas tirer les mérites que lorsque tout est beau, un tel métier implique un engagement tout au long de l'année, surtout pour en vivre.



**INTERVENANTS : MADAME STÉPHANIE
ET MONSIEUR LAURENT RIGAUD, ELLE
EST FLEURISTE (MAISON RIGAUD), LUI
EST AGRICULTEUR (LA FERME DE
BOURGAS)**

Laurent, produire est votre métier depuis tout petit, quel message souhaiteriez-vous adresser à celles et ceux qui veulent se lancer dans la production florale locale ?

Question difficile, moi j'ai repris la structure de mes parents et pour la faire vivre, j'ai dû multiplier les débouchés et les cultures. Sur la fleur pure, j'ai 1 hectare de pivoine et 2000 m² en serre. Vivre de la production florale exclusivement, pourquoi pas, mais avec mes connaissances, je dirais qu'il ne faut pas être exclusif. Entre les problèmes de culture, de climat et les aléas du métier, je conseille de diversifier, par exemple, avec des légumes. La sécurité avec des cultures complémentaires est plus raisonnable. Le risque sur la fleur est tout de même énorme et très éphémère. Il peut y avoir un champignon, un ravageur. J'ai vu les 2000 € de plants ravagés par le campagnol en 1 journée. Je recommande la mixité !



CONCLUSIONS

Merci à tous pour vos témoignages qui ont fait avancer ce sujet au sein de notre filière.

Pour conclure ensemble Manuel, cette histoire, ce modèle économique avec Stéphanie et Laurent nous laisse rêveurs, mais pourra-t-il devenir scalable afin de mettre en place des modèles économiques viables ?



CHLOROSPHERE

Aujourd'hui, quand on parle de production de fleurs en France, il y a deux sujets, deux écoles :

L'autoproduction : de ces micro-fermes florales, stars des médias, qui racontent de belles histoires tout à fait honorables mais pour l'instant à la santé économique incertaine, et les productions historiques, notamment du sud de la France ou de la Bretagne, focalisées sur des productions adaptées qui ont pu faire leurs preuves, mais avec tout autant de difficultés économiques. Nous l'avons vu lors de la hausse du prix de l'énergie en Belgique et aux Pays-Bas, plusieurs productions ont fermé du fait de la non-rentabilité de ces productions. Demain, quand il faudra planter des champs de dahlia ou de tulipes, quelle rentabilité pouvons-nous espérer ? Être un modèle viable et enviable, est-ce possible ? C'est désirable, certes. Mais est-ce possible ?

Nous avons vu ce soir que la formation se structurait, la production se structurait, que de nouveaux modèles économiques émergent. La réponse n'est pas encore trouvée ! Néanmoins, nous avons vu que des solutions commençaient à apparaître, comme ces couples production/vente qui semblent être le modèle le plus efficace à la fois pour des raisons techniques, légales et aussi économiques. Nous avons pu identifier que des imprécisions existent toujours, mais que la question est maintenant clairement ouverte et permettra de faire avancer le débat, notamment sur la question du statut légal, des compétences et de la pertinence d'une offre véritablement locale. Peut-être également demain un contrôle de ces productions ?

Nous espérons vivement que cette soirée vous permettra d'y voir plus clair sur les intentions des professionnels du secteur et aura répondu à certaines de vos questions. Elle aura eu le mérite d'ouvrir de nouvelles questions, plus profondes que vous ne vous étiez peut-être pas posées, et ouvrira le débat sur l'avenir de notre filière. Nous laissons maintenant la parole à notre président pour le mot de la fin, président qui est, pour la première fois, un fleuriste.



VALHOR

Merci pour cette initiative, merci Anne-Marie, merci Franck pour l'animation et Manuel pour la coordination. Je représente l'interprofession VAL'HOR pour laquelle vous êtes tous et toutes cotisants, avec ses 13 collaborateurs et 90 bénévoles qui œuvrent pour les professionnels du végétal. C'est un rôle de représentation et je suis content de ce que nous avons entendu ce soir. Nous avons entendu les prémices de la journée de la fleur française au salon du végétal : produire, c'est un métier. Cela relève de la production. N'importe qui ne peut pas s'inventer producteur tout comme fleuriste. Artisan fleuriste requiert entre 2 et 4 années d'études. Avoir la main verte, ça ne suffit pas. Le rôle de VALHOR aujourd'hui est de valoriser et représenter cette filière. Les familles qui vous représentent se sont engagées volontairement dans cette voie depuis 20 ans. Notre travail évolue beaucoup et va encore évoluer dans les prochaines années. C'est la première fois que les 45 000 entreprises de la filière et 200 000 emplois de la filière sont représentés par un fleuriste : une petite entreprise pour les petites entreprises. Aujourd'hui, on se rend compte que nous avons des entreprises qui font partie des fleurons de la production mondiale, comme Ernest Turc. Il faut regarder la technicité et le savoir-faire de ces entreprises qui représentent notre filière.

Ce soir, je retiens plusieurs choses : c'est un métier de passion mais aussi un vrai métier, qui demande des compétences professionnelles. Chaque maillon fait preuve de grandes compétences. Le producteur peut vendre en direct, bien sûr, mais ce n'est pas le même service que la transformation. Il y a de nombreuses fermes florales avec un modèle économique plus ou moins viable, osons le dire, qui viennent empiéter sur le terrain des fleuristes. Le fleuriste dépend de la chambre des métiers et de la production de la chambre d'agriculture. Il est important que chacun conserve la place qui est la sienne avec le niveau d'expertise attendu.



VALHOR

Nos 10 présidents de familles ont défini les axes stratégiques pour demain :

- l'attractivité de nos métiers, la transmission des savoir-faire
- la compétitivité économique de nos entreprises
- La défense de leur périmètre d'action, notamment envers la loi d'orientation agricole sur l'horticulture et activer des leviers pour les porteurs de projet sur le plan du conseil et du cadre

Le rôle de VALHOR est de ne pas opposer la filière d'import avec la production française. Le Var produit 40 % de la production française, génère 90 % des exportations de fleurs françaises et on ne peut pas raisonnablement opposer l'import et l'export. Nous ne pouvons pas profiter de l'export et décrier l'import. Il n'y a rien de péjoratif à parler des petits producteurs : ils ont l'agilité et la capacité à s'orienter face à la demande du consommateur. C'est lui le sommet de notre priorité, il faut répondre à ses attentes, les comprendre et réagir.



FLOREVENT

Merci Florent pour ces mots rassembleurs qu'il était important d'entendre ce soir ici au cœur de la filière fleur que tu représentes si bien au niveau national. Mesdames, messieurs, ainsi se conclut la soirée. Je vous invite à poursuivre les échanges autour d'un verre de l'amitié. Nous pouvons à présent discuter entre nous et avec nos intervenants des sujets qui vous ont touchés ce soir. Merci encore et on se retrouve dès demain matin avec la table ronde de 10h faisant intervenir deux fleuristes à chaud sur ce que nous venons d'apprendre ce soir. Merci encore et bonne soirée à Lyon.

WWW.FLOREVENT.FR



REFLEURIR EN FRANCE

TRANSCRIPTION INTÉGRALE