



CTB TRADE FOR DEVELOPMENT



***Le marché européen des
fleurs et plantes équitables et
durables***

LE MARCHÉ EUROPÉEN DES FLEURS ET PLANTES ÉQUITABLES ET DURABLES

INTRODUCTION

La floriculture est aujourd'hui un secteur international dynamique, qui affiche des taux de croissance impressionnants depuis quelques décennies. La consommation mondiale de fleurs coupées est stupéfiante, puisqu'elle est estimée à 30 milliards € par an, l'Europe et l'Amérique du Nord étant les principaux marchés.

Depuis les années 1990, l'essentiel de la production passe des marchés de l'hémisphère Nord à des pays aux conditions climatiques plus favorables, aux coûts de production et de main-d'œuvre plus faibles. Les nouveaux centres de production se retrouvent par conséquent généralement dans les pays en développement, comme la Colombie, le Kenya, l'Équateur et l'Éthiopie.

Les pratiques utilisées dans le secteur de la production de fleurs (utilisation de produits chimiques, main-d'œuvre, eau) lui valent d'être critiqué pour ses conditions de travail et son impact sur l'environnement. Un grand nombre de normes sociales et environnementales ont dès lors fait leur apparition, qui sont le résultat d'initiatives menées tant dans les pays destinataires et que dans les pays producteurs. Les producteurs dans les pays en développement se demandent de plus en plus dans quelle mesure ces normes sont adaptées à leur activité.

LES NORMES DANS LA FLORICULTURE

Les normes sociales et environnementales varient considérablement sur le plan de leur origine, mais aussi de leur contenu, de leur mise en œuvre et de leurs procédures de contrôle.

Les premières normes étaient pour la plupart définies par des groupes de producteurs ou des acheteurs. Au fil du temps, elles se sont développées compte tenu des revendications des détaillants, qui souhaitaient des garanties dans la chaîne d'approvisionnement en matière de qualité ainsi qu'au niveau des pratiques sociales et éthiques. Les associations de producteurs dans les pays en développement ont, elles aussi, commencé à introduire de nouvelles normes et autres codes éthiques de façon spontanée afin de réglementer le secteur de l'intérieur.

Les objectifs, l'objet et les domaines abordés par les normes existantes en floriculture varient énormément. Beaucoup d'entre elles sont dites interentreprises (B2B), qui ne sont pas communiquées aux clients. Il existe aussi un certain nombre de labels pour le consommateur, comme Max Havelaar/Fairtrade, Fair Flowers Fair Plants (FFP) et le Flower Label Program (FLP).



Travailleur dans une ferme en Ethiopie

Les chaînes de supermarchés proposent en outre des fleurs produites dans le respect des normes sociales et environnementales sous leur propre marque, informations qui sont communiquées aux clients. Les principaux détaillants britanniques possèdent leur propre marque pour les produits durables. Ces codes unilatéraux se basent bien souvent sur une ou plusieurs norme(s) de l'industrie.

Des circuits de vente, des segments de marché et des acheteurs individuels ont adopté les normes qui répondent le mieux à leurs besoins. Il n'en reste pas moins que bon nombre de normes portent sur des aspects similaires (sociaux, environnementaux et de production). On observe donc une certaine concurrence entre les normes qui couvrent partiellement des domaines similaires.

LA PRODUCTION

Les fleurs et les plantes sont généralement cultivées à proximité du marché cible. Dès lors, les pays caractérisés par des marchés intérieurs importants, comme le Japon, les États-Unis et l'Allemagne, sont aussi d'importants producteurs de fleurs et de plantes. Les Pays-Bas sont de loin le premier producteur dans l'UE, avec 40 % de la valeur de production totale. Les autres producteurs importants sont l'Italie, l'Allemagne et la France.

Depuis les années 1980, la production de fleurs apparaît de plus en plus dans d'autres pays. Ces pays producteurs relativement nouveaux sont généralement des pays en développement présentant des conditions avantageuses sur le plan de la production (coût de la main-d'œuvre plus faible, terrains disponibles, conditions climatiques favorables, incitants fiscaux, etc.).

La Colombie est le premier pays exportateur en Amérique du Sud et le deuxième dans le monde, derrière les Pays-Bas. En Afrique, le Kenya est le plus gros producteur, suivi (d'assez loin) de l'Éthiopie. La floriculture connaît une croissance rapide depuis quelques années au Kenya comme en Éthiopie, et ces pays sont à l'origine d'une part importante des importations de l'Europe, en particulier pour les roses et les fleurs d'été. Les autres pays d'Afrique où ce secteur est développé sont le Zimbabwe, l'Ouganda, l'Afrique du Sud et la Tanzanie.

Même si la consommation de fleurs et de plantes dans l'UE continue d'augmenter, les marges des producteurs ont tendance à se réduire sans cesse en raison de la stagnation des prix et de la hausse des coûts. Les prix des fleurs coupées sont mis à rude épreuve en raison, d'une part, de l'augmentation de l'offre et, d'autre part, de l'évolution décevante de la demande sous l'effet de la crise économique. Ces tendances obligent les producteurs européens à faire des choix. Beaucoup optent pour la domination du marché par les coûts en développant leurs activités et en produisant des produits en vrac. D'autres décident de se spécialiser dans des produits-créneaux, destinés à des segments de marché bien précis. De plus en plus de producteurs choisissent en outre de délocaliser leur production à l'étranger.

À l'heure actuelle, une large majorité des producteurs européens de fleurs et de plantes participent à un ou plusieurs systèmes de certification. Certains l'ont fait dans un esprit d'autoréglementation, tandis que d'autres voient dans ces systèmes un outil de gestion permettant de professionnaliser leurs activités. Les producteurs optent aussi pour une certification en vue de mettre en avant les aspects professionnel et durable de leur entreprise. En présentant leur entreprise comme une marque de qualité, ils espèrent améliorer leurs résultats.

La plupart des producteurs participent cependant à un ou plusieurs systèmes de certification dans le but de satisfaire aux exigences de leurs acheteurs. Les certificats leur permettent de vendre leurs produits à des segments auxquels ils ne pourraient pas s'adresser sans cela.

Malgré l'impact de la crise économique, les produits certifiés sont de plus en plus demandés. Le choix des normes est en grande partie déterminé par l'acheteur, et les producteurs qui offrent leurs produits sur plusieurs marchés sont parfois amenés à devoir répondre à toute une série de normes différentes. Il n'est pas rare pour les producteurs africains et sud-américains de détenir cinq certificats différents, voire plus.

En revanche, beaucoup de producteurs sont confrontés à une baisse de leur chiffre d'affaires. Et les producteurs des pays en développement qui voient leurs bénéfices chuter cherchent à réduire leurs coûts. Plusieurs producteurs africains et sud-américains envisagent même aujourd'hui de renoncer à certains de leurs certificats, voire à tous.

Parmi les normes destinées au marché européen, le programme de certification environnementale Milieu Project Sierteelt (MPS-ABC) est, de loin, le plus important sur le plan du nombre de producteurs



homologués. Le programme MPS existe dans plus de cinquante pays, mais les Pays-Bas, où le programme a été mis au point, restent le marché le plus important. GLOBALGAP, avec son programme de certification par référentiels, est la deuxième norme la plus importante dans le secteur de la floriculture. Les autres normes faisant de nombreux adeptes parmi les producteurs sont le programme Fair Flowers Fair Plants (FFP), Ethical Trade Initiative (ETI), Flower Label Program (FLP) et les normes des Fairtrade Labelling Organizations (FLO), avec le label Fairtrade (Max Havelaar) destiné au consommateur.

Les normes dans le domaine de la floriculture peuvent influencer la concurrence sur le marché en modifiant les conditions de participation. On s'est rendu compte, avec l'introduction du label FFP, que cela pouvait aussi avoir des conséquences sur les perspectives des producteurs des pays en développement. La norme FFP, relativement nouvelle, permet aux producteurs néerlandais d'accéder au marché de fleurs qui se différencie par leur certification sociale. Ce segment de marché était autrefois réservé aux producteurs des pays en développement, qui pouvaient acquérir un avantage concurrentiel en obtenant des certifications sociales telles que FLO, FLP ou ETI. La majorité des producteurs certifiés FFP sont néerlandais.

CONSOMMATION

Les nouvelles habitudes de consommation, la pression médiatique et les campagnes des organisations non gouvernementales (ONG) ont amené les consommateurs à s'intéresser aux conditions dans lesquelles les fleurs et les plantes sont produites dans les pays en développement. Dix pour cent à peine des consommateurs sont cependant au courant qu'ils peuvent trouver des fleurs et des plantes durables dans les commerces. En réalité, la plupart des normes sociales et environnementales dans le secteur des plantes ornementales ne sont pas communiquées aux consommateurs. Des normes telles que MPS-ABC, GLOBALGAP et ETI ne sont utilisées que dans le cadre des activités interentreprises. Lorsqu'ils achètent des fleurs, les consommateurs européens n'ont généralement pas les moyens de savoir si les fleurs ont été produites dans le respect de ces normes.

Quelques normes seulement sont explicitement communiquées aux consommateurs européens au moyen d'un label. Le principal label en termes de fleurs vendues est le label Fairtrade (Max Havelaar) suivi, d'assez loin, des labels FFP et FLP. Selon de récentes enquêtes, plus de 80 % des consommateurs connaissent le label Fairtrade dans certains pays.

Les normes qui sont communiquées par le biais d'un label destiné au consommateur ne représentent encore qu'une part relativement réduite du marché. Il n'existe aucun chiffre exact, mais leur part de marché est estimée à 5-10 %, en fonction du pays. Le pourcentage de fleurs portant un label destiné au consommateur connaît cependant une hausse relativement rapide depuis quelques années. La vente de fleurs portant le label Fairtrade, par exemple, a plus que triplé depuis 2004.

Par ailleurs, de plus en plus de supermarchés et de chaînes spécialisées dans le jardinage utilisent désormais leur propre marque de distributeur pour marquer les articles qui sont produits de manière équitable et durable. Les marques de distributeur des supermarchés deviennent de plus en plus importantes sur le marché des fleurs et des plantes équitables et durables. Ces marques se fondent généralement sur une ou plusieurs normes B2B, comme ETI, GLOBALGAP et MPS-ABC. Les marques de distributeur sont parfois associées à un label destiné au consommateur, comme le label Fairtrade. Notons que la plupart des marques de distributeur ne sont pas réservées aux fleurs et aux plantes, mais sont aussi utilisées pour toute une série d'autres produits.

Selon les pays, on trouve des labels de moins grande ampleur, essentiellement axés sur les aspects environnementaux, comme les labels écologiques nationaux dans l'UE (qui comprennent Milieukeur, Nordic Swan et Blaue Engel) et le label de qualité EKO.

Le R.-U. et la Suisse ont toujours été les deux pays d'Europe les plus avancés en termes de consommation de fleurs et de plantes équitables et durables. Plus particulièrement, les supermarchés britanniques ont joué un rôle important dans l'introduction de prescriptions relatives aux aspects éthiques du commerce international de fleurs. En Suisse, les deux supermarchés les plus importants, Migros et Coop, proposent des fleurs Max Havelaar depuis quelques années déjà.

L'évolution de la consommation de fleurs durables est plus lente pour l'instant dans d'autres pays d'Europe. La plupart des fleurs certifiées étaient exclusivement vendues dans le cadre de promotions

spéciales de courte durée axées sur les fleurs portant le label Fairtrade. Cette situation évolue toutefois depuis peu et on observe un regain d'intérêt considérable pour ces aspects dans d'autres pays, comme la France ou l'Allemagne.

COMMERCE INTERNATIONAL

Le secteur de la floriculture est caractérisé par un degré croissant d'internationalisation. Le commerce international est, dans une large mesure, organisé selon des lignes régionales : les pays d'Afrique et d'Europe sont les premiers fournisseurs des principaux marchés européens, le marché nord-américain est approvisionné par la Colombie et l'Équateur, tandis que le Japon et Hong Kong achètent leurs produits aux pays de la région Asie-Pacifique.

Dans la plupart des pays d'Europe, la production locale de fleurs et de plantes n'est pas suffisante pour répondre à la demande locale. Les produits importés jouent par conséquent un rôle important sur la plupart des marchés. Les importations totales dans l'UE de fleurs coupées et de plantes en pot s'élèvent respectivement à 3,3 et 2,9 milliards d'euros. Ces chiffres comprennent essentiellement des importations en provenance d'autres pays de l'UE, mais aussi d'ailleurs.

L'Allemagne est toujours le premier importateur de fleurs coupées dans l'UE. Le R.-U. était en train de rattraper son retard lorsque le pays a été frappé par la crise économique. Depuis lors, les importations britanniques de fleurs coupées stagnent. Les autres pays importateurs importants sont les Pays-Bas et la France.

Les Pays-Bas jouent un rôle important dans le commerce international de fleurs, s'agissant à la fois du premier importateur de produits en provenance de pays tiers et du premier fournisseur de fleurs (et de plantes) destinées aux autres pays de l'UE. Les Pays-Bas sont à l'origine de pas moins de 67 % des importations totales dans l'UE. La production locale suffit, dans une large mesure, à répondre à la demande néerlandaise, mais les importations continuent à gagner en importance. Une grande partie de ces importations sont réexportées vers d'autres pays de l'UE.

Les autres producteurs importants de fleurs coupées sont le Kenya (11 % des importations de l'UE), l'Équateur (4 %), la Colombie (3 %) et l'Éthiopie (3 %). Le Kenya a renforcé sa position de producteur important et les importations en provenance d'Éthiopie sont en plein essor depuis quelques années.

En termes d'étendue du marché, les normes sociales et environnementales sont désormais répandues dans le commerce international de fleurs coupées. On estime globalement à 50-75 % la part de fleurs importées dans l'UE qui respectent une ou plusieurs normes sociales et environnementales. En réalité, la part de produits certifiés dans les importations continue d'augmenter dans la plupart des pays.

LES CANAUX DE DISTRIBUTION

La vente à la criée aux Pays-Bas a toujours eu une grande influence sur le commerce de fleurs et de plantes en Europe, tant par sa qualité de marché que de centre de distribution pour les fleurs en provenance de pays en développement. Environ 80-90 % de la production locale néerlandaise et 60 % des fleurs importées aux Pays-Bas sont vendues dans ce cadre. La criée a une forte influence sur les échanges mondiaux et les prix d'une grande partie des fleurs sont fixés dans ce cadre, en particulier en Europe, où cette technique est utilisée pour 30-40 % de la part de marché des fleurs coupées.

Trois normes sont indiquées sur l'horloge de criée et communiquées aux acheteurs : MPS-ABC, FFP et Florimark. Les producteurs ne sont cependant pas tenus de participer à l'un ou l'autre programme de certification pour pouvoir vendre leurs produits à la criée. Par ailleurs, parmi les grossistes qui achètent leurs produits à la criée, quelques-uns seulement communiquent les informations au sujet de la certification à leurs clients.

Rien ne pousse donc véritablement le marché à adopter ces normes. Il n'en reste pas moins que la grande majorité des fournisseurs à la criée respectent une ou plusieurs normes, le label MPS-ABC étant à ce jour le plus prisé. Selon les estimations, environ 80 % des fleurs vendues aux criées proviennent d'un producteur participant au programme MPS-ABC. Les producteurs considèrent

souvent l'obtention de la certification environnementale MPS comme un bon moyen d'améliorer la réputation de leur exploitation.

Les criées sont cependant mises à rude épreuve par d'autres types de canaux de vente, qui contournent le système de la criée. La part de fleurs importées dans l'UE passant par la criée néerlandaise est en baisse depuis peu, et les importateurs grossistes de même que les gros vendeurs au détail s'approvisionnent de plus en plus en direct chez le producteur. Les producteurs dans les pays en développement qui exportent (une partie de) leur production en direct pénètrent dans un circuit de vente dans lequel les normes jouent souvent un rôle non négligeable. Sans les certifications nécessaires, plusieurs circuits de vente directs ne sont en effet pas accessibles aux exportateurs des pays en développement.

LES FLEURISTES PAR OPPOSITION AUX CHAINES DE VENTE DU DETAIL

En ce qui concerne le commerce de détail, les fleuristes traditionnels dominent encore le secteur de la distribution des fleurs dans la plupart des pays de l'UE. Les occasions spéciales et les cadeaux sont les principaux motifs d'achat. Les fleuristes, grâce à leur créativité, leur connaissance des produits et leur large assortiment, sont en mesure d'offrir à ces clients ce qu'ils recherchent.

Le principal atout des supermarchés, en revanche, concerne leur aspect pratique. Les supermarchés ont donc tendance à se concentrer sur les achats d'impulsion de leurs clients. Les supermarchés et les autres types de chaînes de détaillants, comme les centres de jardinage, gagnent en importance depuis quelques années. Cette croissance semble s'être stabilisée depuis peu dans certains pays.

La possibilité pour les exportateurs d'approvisionner les chaînes de détaillants dépend de leur capacité à répondre à leurs exigences, qui sont différentes de celles des fleuristes classiques. À côté des quantités considérables de produits uniformes exigées, les supermarchés ont aussi des exigences très strictes sur le plan de la qualité, non seulement eu égard à la longueur des tiges, à la taille des boutons et à d'autres caractéristiques visuelles, mais aussi en ce qui concerne la durée de vie des fleurs mises en vase (sept jours dans beaucoup de supermarchés). Les autres exigences classiques des supermarchés concernent la qualité de la logistique et la planification à long terme.

Les chaînes de détaillants ont par conséquent codifié les connaissances requises pour répondre à leurs normes de qualité dans des normes et autres systèmes de classification. Elles risquent également gros en cas de publicité négative au sujet des conditions de travail et de l'impact environnemental de la floriculture. Elles ont fait de certaines normes sociales et environnementales d'importants outils de gouvernance, dont elles se servent pour essayer de réduire ce type de risques et s'assurer de la qualité des produits et services de leurs fournisseurs.

Si ces questions sont très importantes pour les chaînes de détaillants, elles le sont moins pour les fleuristes. L'intérêt de ceux-ci pour les normes sociales et environnementales ne se fonde pas sur leur volonté de réduire les risques. Ils optent pour des produits certifiés en raison d'un sentiment général de responsabilité ou pour se différencier. D'une manière générale, la grande majorité des fleuristes européens n'adhèrent pas de façon active aux normes sociales et environnementales, qu'ils ne considèrent pas comme un critère d'achat et dont ils ne se servent pas dans leur communication à l'égard de leurs clients.

PRIX DES FLEURS CERTIFIEES

Les prix des fleurs et des plantes certifiées ne sont en général pas plus élevés que ceux des produits classiques. Dans le circuit commercial direct (qui ne passe pas par le système de la criée), la certification est simplement un moyen d'accéder à certains segments de marché. Les producteurs et les négociants tentent bien sûr de faire valoir la valeur ajoutée apportée par le fait que leurs fleurs ont été produites dans le respect des normes sociales et environnementales, mais le prix est défini par la corrélation entre l'offre et la demande.

Une analyse des statistiques en matière de criée indique que les producteurs certifiés obtiennent quelquefois des prix plus élevés, mais ceux-ci sont essentiellement le résultat d'une différence dans la qualité des produits. Plusieurs producteurs et grossistes indiquent que les certificats peuvent renforcer la réputation d'entreprise professionnelle des producteurs, ce qui peut aussi se traduire dans des prix

plus élevés. En général, cependant, les différences de prix entre les produits certifiés et les autres ne sont pas significatives dans la vente à la criée.

Le système de fixation des prix est légèrement différent pour les fleurs portant les labels Fairtrade et Max Havelaar (FLO). Dans la floriculture comme dans le commerce classique, les exploitations négocient un prix avec les acheteurs qui acquièrent des fleurs destinées au marché du label Fairtrade. Le prix des produits Fairtrade inclut cependant un coût supplémentaire, appelé « prime Fairtrade ». Cette prime, qui s'élève à 10 % de chaque vente, est investie dans le développement des communautés.

OBSERVATIONS FINALES

Les producteurs dans les pays en développement qui visent le marché européen sont confrontés à toute une série de normes et doivent faire leur choix parmi les certificats nécessaires pour permettre à leurs activités d'exportation de prospérer.

Dans certains cas, des acheteurs existants demandent directement à leurs fournisseurs de se conformer à certains programmes de certification. C'est notamment le cas des producteurs qui approvisionnent les supermarchés. D'autres exploitations se sont efforcées d'obtenir une série de certificats dans l'espoir de trouver de nouveaux clients et d'accéder à de nouveaux segments de marché.

Il est essentiel pour les exportateurs des pays en développement de bien comprendre que le commerce européen de fleurs et de plantes est caractérisé par différents circuits de vente, qui sont tous visés par une série d'exigences bien particulières. Le niveau de demande de normes sociales et environnementales varie considérablement selon que l'on parle des fleuristes ou des supermarchés. Les caractéristiques et structures de gouvernance variables de ces deux circuits de vente influencent les types de normes qui s'y appliquent.

Le fleuriste classique domine encore le secteur de la distribution de fleurs au détail dans la plupart des pays d'Europe. Beaucoup de produits qui transitent par le système de la criée finissent dans ce circuit. Dans la vente de produits par le biais de la criée, il n'existe aucune obligation en matière de certification. Les informations sur la participation aux programmes MPS-ABC, FFP et Florimark sont cependant communiquées aux acheteurs. Les exportateurs qui approvisionnent les fleuristes peuvent se différencier des autres en mettant en avant les certificats FFP et FLP, information qui est communiquée jusqu'au consommateur final.

La majorité des fleurs et des plantes certifiées sont toutefois vendues dans les supermarchés et dans d'autres types de chaînes de détaillants, comme les centres de jardinage. Dans le circuit des supermarchés, le label Fairtrade a donné naissance à un créneau considérable. En outre, les gros vendeurs au détail exigent de plus en plus que des normes telles que GLOBALGAP et ETI soient respectées afin de s'assurer de la qualité des produits et services de leurs fournisseurs et de réduire les risques en ce qui concerne les aspects éthiques de la production. Dans le circuit des supermarchés, les certificats sociaux et environnementaux sont devenus de véritables « permis d'exportation ».

En conséquence, la sélection des normes à adopter fait désormais partie intégrante de la stratégie d'exportation des producteurs des pays en développement. Le producteur doit déterminer non seulement son marché cible et ses circuits de vente, mais aussi l'importance de la demande et de la pertinence des différentes normes dans ces circuits de vente. Il doit aussi se demander si sa participation dans les programmes de certification peut contribuer à améliorer l'efficacité et le professionnalisme de son entreprise et la réputation de son exploitation.

Cependant, en cette période économiquement difficile, les coûts engendrés par l'adhésion à de nouvelles normes peuvent peser lourd dans les finances des entreprises. Au final, il revient à chaque exploitation de déterminer les programmes de certification qui présentent le plus d'intérêt et sont les mieux adaptés à leurs clients existants et à la stratégie globale de l'entreprise.