



Horticulture et météo

JEAN-LOUIS BERTRAND

READ REVIEWS

WRITE A REVIEW

CORRESPONDENCE:

jean-
louis.bertrand@meteoprotect.com

DATE RECEIVED:

June 10, 2015

DOI:

10.15200/winn.142960.01917

ARCHIVED:

April 21, 2015

CITATION:

Jean-Louis Bertrand,
Horticulture et météo, *The Winnower* 2:e142960.01917 ,
2015 , DOI:
10.15200/winn.142960.01917

© Bertrand This article is distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#), which permits unrestricted use, distribution, and redistribution in any medium, provided that the original author and source are credited.



Personne n'a oublié le printemps 2013 : chaque mois a été plus froid, plus arrosé et moins ensoleillé que la normale. Cette météo a pesé sur le moral des français mais aussi sur leur consommation.

Les jardinerie sont bien sûr très concernées par le temps qu'il fait, surtout le week-end, très propice au jardinage.

En particulier, quand il fait froid et qu'il pleut, le consommateur n'est pas très enclin à aller chercher des plantes en magasin pour les repiquer dans son jardin.

Dans certains secteurs, les ventes perdues un week-end à cause de la météo peuvent être parfois compensées par de meilleures ventes le week-end suivant.

Dans le végétal, ce n'est pas toujours le cas car le produit est vivant. Pour acheter, le consommateur a besoin de voir la plante avec des fleurs fraîchement écloses et non pas avec des fleurs fanées ou pire sans fleurs du tout. Autrement dit, si la plante est à son zénith commercial un week-end où les conditions météo sont défavorables, il n'est pas du tout certain que cette même plante trouve preneur dans les semaines qui suivent. C'est ce qui s'est passé en 2013.

Les ventes ont chuté de près de 30%, au point que certaines enseignes ont vécu des moments difficiles : Jardiland, racheté par le fonds d'investissement L-Gamm basé au Lichtenstein, Delbard, racheté par la coopérative InVivo.

Il ne faut bien entendu pas oublier les producteurs horticoles, durement touchés par les méventes des distributeurs en 2013, après une année 2012 au cours de laquelle la météo avait aussi été défavorable. Dans la seule région d'Angers, dans lequel le pôle de compétitivité du végétal spécialisé (Végépolys) est installé, plus de 700 entreprises sont en grande difficulté financière.

Le chiffre d'affaires du secteur horticole est très concentré sur le printemps au point que de nombreux producteurs réalisent plus de 70 pour cent de leurs ventes entre mars et mai. Températures et précipitations jouent un rôle très important.

Compte tenu de la fragilité financière des acteurs du végétal, on ne peut que rappeler qu'il existe des assurances indicielles qui indemnisent automatiquement producteurs et distributeurs en cas de météo défavorable. Ces assurances sont récentes. Elles sont encore peu utilisées par la profession, essentiellement à cause du poids des habitudes. Au fil des générations, les producteurs ont pris l'habitude de subir le climat en espérant qu'une mauvaise année soit compensée par une bonne.

Mais les météorologues constatent que les anomalies climatiques sont plus intenses, nombreuses et durables aujourd'hui que dans le passé, et leurs conséquences pour les producteurs sont plus lourdes. Si on ajoute à ça des marges beaucoup plus réduites que par le passé, une gestion plus concentrée de la distribution et une situation économique compliquée, le recours à l'assurance devient indispensable pour préserver patrimoine et emplois.