

JARDINERIE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ●	Poids des investissements ● ● ● ● ●	Niveau de rémunération ● ● ● ● ●
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ●	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ●	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ●
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ●	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ●	Facilité de remplacement ● ● ● ● ●

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DE LA JARDINERIE	2
LA RÉGLEMENTATION DE LA JARDINERIE.....	5
L'ACTIVITÉ DE LA JARDINERIE	8
LES POINTS DE VIGILANCE DE LA JARDINERIE	11
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	13

LE MARCHÉ DE LA JARDINERIE

Bien que le marché de la jardinerie soit porteur, les professionnels du secteur sont confrontés à de fortes pressions concurrentielles de la part des grandes surfaces de bricolage et des grandes surfaces alimentaires.

En outre, on observe une évolution de la demande différente selon les segments de marché. Le segment des végétaux subit une contraction de la consommation en volume (compensée par un effet prix) alors que dans le même temps, la consommation en objets et outils pour le jardin explose.

Bien qu'elles bénéficient d'une image de spécialiste sur le segment des végétaux, les jardinerie doivent aujourd'hui s'adapter aux évolutions des modes de consommation en diversifiant leur offre (activités connexes comme le conseil à l'aménagement d'espaces verts ou relais de croissance comme les produits bio). L'adhésion à une centrale est nécessaire pour améliorer les conditions d'approvisionnement et rivaliser les non-spécialistes (grandes surfaces de bricolage et grandes surfaces alimentaires).

Tendances

Les indépendants isolés sont amenés à disparaître au profit des réseaux sous enseigne.

Les produits écologiques ou liés au développement durable constitueront de nouveaux enjeux pour la distribution spécialisée.

L'organisation du marché

De nombreux acteurs sont présents sur le marché du jardin :

- **Les grandes surfaces de bricolage** : il s'agit du premier circuit de distribution sur le marché jardin.

- **Les jardineries et graineteries** : on en dénombre 1 700 (dont plus de 1 200 jardineries) qui réalisent près de 40% du chiffre d'affaires du marché du jardin.

- **Les grandes surfaces alimentaires** : elles axent leurs stratégies sur l'offre alimentaire pour animaux et sur les animations saisonnières pour le jardin.

- **Les LISAS (libre-service agricole)** : ce sont des multispécialistes plutôt orientés vers les besoins des agriculteurs. On en compte un peu plus de 1 700 en France.

- **Les spécialistes de la motoculture** : ils commercialisent et assurent la maintenance de matériels de motoculture (tronçonneuse, tondeuse, motoculteur, etc.).

- **Les fleuristes**, qui commercialisent exclusivement des fleurs et des plantes d'intérieur.

- **Les producteurs** (pépiniéristes), qui commercialisent directement leur production.

		JARDINERIE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2015	1 680 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2015	2,92 Md€(2)
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2005)	2016	106,0 ⁽³⁾
	2015	101,6
	2014	104,7
	2013	105,7
	2012	106,9
	2011	104,0
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : Fédération Nationale des Métiers de la Jardinerie.

⁽²⁾ Source : Fédération Nationale des Métiers de la Jardinerie.

⁽³⁾ Source : "Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé" - INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DE LA JARDINERIE

Les aptitudes professionnelles

La plupart des exploitants et leur personnel ont une solide expérience de la pratique du jardinage et ont suivi des formations techniques appropriées (souvent Capa ou Bepa productions horticoles ou vente de produits horticoles et jardinerie). Ils doivent être à même de prodiguer des conseils avisés auprès de la clientèle, y compris pour l'équipement et l'outillage.

Les points de vente étant souvent importants, le professionnel de la jardinerie doit être un manager confirmé, notamment dans l'encadrement des salariés qui constituent un des principaux vecteurs de fidélisation et de mise en valeur de l'offre. Il doit disposer d'une parfaite connaissance du marché, des produits manufacturés et stockables ainsi que des végétaux. L'ouverture d'un rayon animalerie exige du personnel qualifié. Excellent gestionnaire, le professionnel doit également maîtriser les outils informatiques pour gérer ses stocks, compte tenu du nombre de références, de la diversité des produits et de la saisonnalité du chiffre d'affaires. Le goût du contact humain, la qualité du service et les conseils avisés au client constituent des atouts commerciaux déterminants.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

L'inscription au registre du commerce et des sociétés est obligatoire.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur l'urbanisme commercial : le seuil d'autorisation d'implantation et d'extension des surfaces commerciales est relevé de 300 à 1 000m². Les critères de densité commerciale par zone (ratio de surfaces commerciales au m²/1 000 habitant) sont supprimés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public. En cas de vente d'animaux, le secteur est régi par le décret 80 791 du 01/10/1980 complété par le décret 91 823 du 28/08/1991 et par son décret d'application du 30/06/1992.

Les règles d'hygiène et de sécurité des animaux sont renforcées par la loi du 06/01/1999 ainsi que par l'article L214-6 du Code Rural. Le professionnel doit tenir deux registres : un registre d'entrée/sortie (espèces, races, provenance, date d'entrée...) ainsi qu'un registre de suivi sanitaire (état de santé des animaux).

Des contrôles vétérinaires sont effectués selon les articles 283/1 et 283/2 du code rural.

En cas de vente, le vendeur doit remettre à l'acheteur une attestation de cession ainsi qu'un document d'information sur les besoins de l'animal. Seuls les chiens et les chats âgés de plus de 8 semaines peuvent faire l'objet d'une cession à titre onéreux. La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur :

- Les délais de paiement aux fournisseurs : la LME plafonne les délais de paiement à 60 jours à compter de la date d'émission de la facture (ou 45 jours fin de mois). Les sanctions en cas de dépassement de ces délais sont renforcées.
- Les soldes : à compter du 1er janvier 2015, la durée des soldes nationaux repasse à 6 semaines et la période de soldes flottantes est supprimée (loi n°2014-626 du 18 juin 2014).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DE LA JARDINERIE

L'installation

Les créations se font principalement sous l'impulsion des réseaux sous enseigne.

En cas de reprise, la valeur du fonds dépend essentiellement de son emplacement et de sa surface.

Les investissements

Les principaux investissements sont constitués par les serres, les bâtiments commerciaux ainsi que les parkings.

La gestion

Le suivi au quotidien

Du fait de l'importance de la saisonnalité de l'activité, les professionnels doivent maîtriser la gestion et la rotation des stocks, (particulièrement pour les végétaux), limiter les pertes de marge brute dues aux changements de saison (soldes de végétaux) ou de mode pour les produits manufacturés (immobilier de jardin, poteries ...). La gestion du personnel doit intégrer les contraintes de saisonnalité et d'annualisation mais aussi faire l'objet d'une attention minutieuse afin de favoriser le contact avec la clientèle. De plus, outre leurs fonctions de management et de gestion comptable, ils doivent veiller à la construction de l'offre (en fonction de la clientèle et de l'implantation), surveiller les tendances ainsi que la concurrence, et effectuer un travail prospectif de première importance (préparation anticipée des gammes et opérations promotionnelles).

Les recettes de l'activité

L'essentiel du CA est assuré sur la période de mars à juin (près de 50% du CA). Afin de réduire cette saisonnalité, les jardinerie diversifient leur offre de produits manufacturés et ouvrent des animaleries, secteur bien adapté à l'activité.

Les charges à surveiller

Les charges sont constituées pour plus de 50% par les achats de marchandises. Suivent les frais de personnel, les loyers (généralement payés à une SCI ou par un crédit-bail), la maintenance et les pertes de marchandises périssables.

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend avant tout d'une bonne maîtrise des achats et d'un suivi rigoureux des stocks, rendus difficiles par la forte saisonnalité du CA. Le maintien d'une marge brute par produit est garanti en adaptant une politique des prix de vente afin de limiter les soldes de fin de saison et la perte de produits périssables. Une bonne gestion du personnel impose de suivre le chiffre d'affaires par personne, d'intégrer la flexibilité annuelle, de former le personnel à des tâches polyvalentes pour atténuer les effets de la saisonnalité.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les fonds propres doivent être élevés du fait de l'importance des investissements, des effets de la saisonnalité sur la gestion des stocks et sur les besoins en trésorerie.

		JARDINERIE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2016	Nc
	2015	Nc
	2014	Nc
	2013	Nc
	2012	Nc
	2011	Nc
	2010	Nc
	LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen
Marge brute		38,75 % du CA
Excédent brut d'exploitation		17,38 % du CA
Rotation des stocks		98 jours de CA
Crédit clients		9 jours de CA
Crédits fournisseurs		41 jours de CA
Besoin en fonds de roulement		42 jours de CA

⁽¹⁾Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques". Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

Les principales difficultés du métier

- **Le manque d'organisation commerciale :**

La plupart des ébénistes continuent de développer leur activité par le bouche-à-oreille alors qu'il leur serait utile de prospecter des marchés rentables comme l'agencement et le montage de meubles haut de gamme.

- **La saisonnalité de l'activité :**

Cette contrainte fragilise le chiffre d'affaires et implique une gestion très rigoureuse des stocks et de la productivité du personnel. Pour les GSB, le jardinage s'intègre bien dans leur activité : complémentarité, modularité des moyens et polyvalence du personnel. Pour les GSA, cette activité est constituée de rayons annuels ou d'opportunisme saisonnier. Le risque existe pour les jardinerie autonomes et indépendantes qui doivent se diversifier (animalerie, décoration, loisirs créatifs...) et augmenter ainsi leurs investissements. D'une manière générale, tout le secteur doit faire face à des difficultés de trésorerie particulièrement liées au renouvellement du stock et à la saisonnalité des ventes.

- **L'intensité de la concurrence :**

La concurrence pour la prise de parts de marché profite aux GSB. Alors que ses modes de distribution sont déjà nombreux, le secteur doit faire face à la concurrence de nouveaux entrants : les spécialistes de l'ameublement-décoration et les spécialistes de la vente en ligne (pures e-players). Toutefois, l'exigence du consommateur viendra modérer les effets de la concurrence : la qualité des produits, les conseils avisés, les produits innovants, le confort d'utilisation seront des arguments commerciaux de première importance.

		COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE
EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	2016	13 516 ⁽¹⁾
	2015	13 608
	2014	13 783
	2013	14 102
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Jardinerie	Nc ⁽²⁾
	Commerce et réparation	46,1 %
	Moyenne tous secteurs	51,9 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

Les principales organisations professionnelles

FNMJ

Fédération Nationale des Métiers de la Jardinerie

22 rue Esquirol - 75013 Paris

Tel : 01 44 24 96 97

<http://www.fnmj.com>

Association Promojardin

11 villa Brune - 75014 Paris

Tel : 01 45 43 25 25

<http://www.promojardin.com>

Association française pour la valorisation des produits et des métiers de l'horticulture et du paysage (VAL'HOR)

44 rue d'Alésia - 75682 Paris Cedex 14

Tel : 01 53 91 09 09

<http://www.valhor.com>