

HORTEA dévoile son sujet de prospective horticole 2013 :
"Mutations du commerce :
Du web au magasin, tous acteurs !..."

L'évolution des modes de vie et les progrès technologiques bouleversent profondément les différentes formes de commerce et les comportements d'achat des consommateurs. Demain consacrera une complémentarité entre :

- d'un côté les achats "utilitaires", privilégiant rapidité et praticité,
- de l'autre une recherche d'expérience "sensible", autour de lieux de convivialité, d'émotions, d'apprentissage et de partage, de sens ...

Quelles conséquences pour la distribution et la consommation de végétaux?

"Les HORTEA" présenteront les résultats de leur analyse en primeur lors du Salon du Végétal 2013, autour de 4 thèmes :

- **Le végétal dans les points de vente de demain**
Le magasin de demain associera le digital et l'Humain pour proposer au consommateur une expérience unique, un parcours convivial, ludique, pratique, avec un partage de savoir ...
- **Investir de nouveaux circuits de vente du végétal**
e-commerce, circuits courts, drive, magasins éphémères, virtuels, commerces de flux : une palette de solutions à combiner pour multiplier les points de contacts avec le consommateur
- **Le service au cœur de la décision d'achat des végétaux**
Du végétal à la solution globale : des services pour enrichir l'offre, dynamiser les ventes et souvent déclencher la décision d'achat.
- **Réinventer la relation client**
Conquérir et fidéliser le client par une relation personnalisée et participative, un bouquet de services adapté et un espace d'expression partagé.

Cette année, HORTEA ouvre sa réflexion aux acteurs de la filière, pour l'enrichir de points de vue variés. Faites-nous part de votre analyse, de vos questionnements, d'exemples ou de votre propre expérience sur contact@hortea.fr.

HorteA, partenaire
du Salon du Végétal



HORTEA : groupe de veille et prospective horticole

Année après année, les 8 observateurs HORTEA tissent ainsi un kaléidoscope de visions croisées des tendances qui dessinent le futur de l'horticulture.

La collection HORTEA comporte déjà 9 sujets, qui se complètent et se répondent.

- **La couleur fait vendre** : éditions 2010, 2011, 2012 et 2013
- **A nouveau consommateur, nouvelles solutions végétales, pour répondre à 8 tendances lourdes** : facilité/praticité, recherche de la bonne affaire, retour de l'humain, bien-être et santé, plaisir, expression de soi et valeur d'usage
- **Changeons le métier pour explorer les différents usages du végétal** : *le végétal pédagogique, le végétal créatif, le végétal thérapeutique, le végétal culturel, le végétal engagé, le végétal communautaire*
- **Valoriser les fonctions du végétal pour développer le marché**: *porteur d'émotions, élément d'amélioration du cadre de vie à la maison, au jardin et dans l'espace public, support d'activités de jardinage, support d'activités culturelles, support des biotechnologies et de l'ingénierie végétale.*
- **Stratégies gagnantes pour demain : osez!** Au travers d'exemples, HORTEA suggère de nouvelles voies, valorisant les offres et marchés existants, ou s'aventurant vers des marchés émergents.
- **Imaginons l'avenir de l'horticulture : histoires d'horticulteurs en 2025**

Sujets opérationnels :

- Mieux communiquer : construire sa communication multicanal
- Bien connaître ses marchés et ses clients pour préparer le futur
- Entreprendre une réflexion stratégique



Le réseau de veille et prospective horticole HORTEA est constitué de 8 spécialistes de la filière ornementale, qui mettent en commun leur veille et leur expertise, pour apporter un regard croisé sur les enjeux et les perspectives de l'horticulture ornementale.

Catherine Garnier et Jean-René Debaisieux (Agence Canelle), Valérie Lebourgeois (Comm-unique.net), Isabelle Cordier (Iconseil), Brand Wagenaar (Médioflor), Stéphane Morard (SMACT), Francis Ginestet, Marie-Françoise Petitjean

Les membres d'HORTEA sont à votre disposition pour vous accompagner dans vos réflexions stratégiques et marketing