

“ Un catalogue numérique pour faciliter

Les pépinières Guillot-Bourne II, installées à Jarcieu (38), ont présenté au mois de janvier dernier un catalogue numérique et les relations avec les clients, vise également à marquer le nouveau départ de l'entreprise dirigée par Pierre de Prémare.

« Le catalogue numérique est aujourd'hui l'outil le mieux adapté à nos clients qui disposent tous d'un ordinateur sur leur bureau, et d'un smartphone en permanence sur eux, explique Pierre de Prémare. On peut désormais se connecter depuis pratiquement n'importe quel lieu, et accéder ainsi rapidement à notre base de données. » Le catalogue regroupe environ quatre cents taxons. Au contraire du catalogue papier, dans lequel on n'entre que par le nom des plantes, la version numérique est basée sur une recherche multicritères : les tailles, le feuillage, la floraison, le type de sol... Il permet de sélectionner en quelques minutes une liste de végétaux correspondant aux critères recherchés et ne pas se tromper sur l'espèce choisie. Ce mode de recherche permet tout à la fois de restreindre la marge d'investigation tout en proposant pour chaque situation une palette végétale diversifiée, des espèces ou des variétés qu'on n'aurait pas forcément sélectionnées en parcourant un catalogue classique. On peut par exemple visualiser facilement toute la diversité d'un genre comme les tilleuls ou les chênes persistants, ou une diversité de feuillages...

► **Améliorer les relations commerciales.** La deuxième finalité est de proposer un outil performant aux architectes et paysagistes concepteurs. Ils ont accès directement à une fiche descriptive illustrée en format PDF, fiche qu'ils peuvent reprendre directement dans les dossiers de présentation de leurs projets. Le troisième intérêt, autant pour le client que pour le pépiniériste, est de faciliter les demandes et l'établissement des devis. Le catalogue s'utilise comme une boutique en ligne : on peut en quelques clics, consulter, faire sa sélection, remplir son panier, et l'envoyer pour une demande de prix. « Notre service commercial peut ainsi répondre dans la foulée, proposer un devis et informer des disponibilités sur les espèces et tailles choisies. Cette formule semble répondre aux attentes, au bout d'un mois, on avait déjà entre une à deux demandes de devis par jour via le nouveau catalogue en ligne. » Si la plupart des démarches commerciales se déroulent lors de la conception du projet soit entre un à deux ans avant la vente effective, un quart des demandes de prix sont envoyées au moment du chantier, la réactivité du pépiniériste est alors déterminante.

► **Un outil en constante évolution.** « Nous n'éditions plus de catalogue papier, nous le proposons en format PDF, avec la possibilité de l'imprimer. Sur écran, nous nous retrouvons face à un document classique, mais beaucoup plus facile à consulter qu'une version papier : meilleure visibilité des informations, possibilité d'agrandir les photos. De plus, celui-ci n'est pas figé ; des mises à jours fréquentes peuvent être faites. » Le service commercial a travaillé pendant huit mois à la conception de cet outil qui a mobilisé, selon les périodes, une à deux personnes. « Nous avons interrogé des concepteurs, des



« Malgré une conjoncture économique difficile, et une tendance des collectivités à préférer des tailles plus réduites, Pierre de Prémare estime qu'il y a toujours un fort intérêt à planter des gros sujets. »

PHOTO : CLAUDE THIERY

« L'entreprise a développé une gamme en Air pot pour pouvoir élargir la période de vente de ses végétaux. »

PHOTO : CLAUDE THIERY

Des arbres prêts à partir chez les clients.

PHOTO : CLAUDE THIERY



entreprises d'espaces verts, des collectivités sur leurs attentes par rapport à un tel outil, et si nous pouvions tenter le zéro papier. Ce type de démarche est encore anecdotique en pépinière de pleine terre. Il a fallu retravailler toute notre base de données, compléter les fiches descriptives, trier les photos en stock, et faire réaliser d'autres clichés pour compléter ou renouveler les illustrations. Nous disposons d'un grand nombre de photos, la plupart de qualité professionnelle, cependant beaucoup ont été prises dans nos pépinières. Si nous voulons donner des idées aux concepteurs, il faut que nous nous renouvelions avec davantage de photos, d'arbres issus de nos pépinières mais présentés en situation sur une place publique, un parc, une avenue, ou chez un particulier. Cela permet de se rendre compte du résultat après quelques années de plantation. » Le format numérique permet aussi de présenter plusieurs photos de

chaque taxon, au moment de la floraison, des couleurs d'automne... Un gros travail reste à faire à ce niveau. D'autres points doivent également être perfectionnés, comme une recherche plus sélective, une recherche à partir de mots-clés.

► **Développer le marché des gros sujets.** Malgré une conjoncture économique difficile, et une tendance des collectivités à préférer des tailles plus réduites, Pierre de Prémare estime qu'il y a toujours un fort intérêt à planter des gros sujets. « Nous resterons sur ce créneau qui est complémentaire de la gamme des autres pépinières françaises. Il y a une énorme différence entre un 16/18 et un 40/45, c'est d'abord un travail de taille de formation pendant la période juvénile mais aussi et surtout un travail de formation du houppier pendant les années de maturité. Cette opération, déterminante sur le développement futur de l'arbre, est plus difficile à réaliser une fois les

REPÈRES

EMPLOYÉS :
18 personnes.

SURFACES EN PRODUCTION :
170 hectares.

CHIFFRE D'AFFAIRES (EXERCICE 2015-2016) :
1,7 million d'euros.

PRODUCTION :
400 taxons, la majorité vendue en tailles du 20/25 au 45/50.

PRINCIPAUX CLIENTS :
collectivités, sièges d'entreprises.

EXPORT : 10 à 15 % du chiffre d'affaires.

ter la vie des clients

logue décliné uniquement en version numérique. Cette innovation, qui facilite le choix des végétaux
 uis 2015 par Pierre de Prémare.



Plants en jauge avant qu'ils soient plantés en pépinière. PHOTO : CLAUDE THIERY



▲ Le catalogue de la pépinière regroupe environ quatre cents taxons, parmi lesquels *Prunus yedoensis*, *subhirtella* 'Fukubana' et 'Accolade' (de gauche à droite). PHOTO : PÉPINIÈRES GUILLOT-BOURNE



◀ Pour donner des idées aux concepteurs, l'entreprise doit se renouveler avec davantage de photos, d'arbres issus de nos pépinières mais présentés en situation, comme ce *Tilia tomentosa*, à Villeneuve-les-Avignon (30). PHOTO : PÉPINIÈRES GUILLOT-BOURNE



◀ Acer 'Pacific Sunset'... PHOTO : PÉPINIÈRES GUILLOT-BOURNE



◀ ou *Fraxinus excelsior* 'Jaspidea' font aujourd'hui partie intégrante des végétaux proposés à la vente sur le catalogue numérique des pépinières Guillot-Bourne. PHOTO : PÉPINIÈRES GUILLOT-BOURNE

sujets plantés chez les clients dont peu disposent du savoir-faire nécessaire. Ainsi, les arbres plantés en gros sujet ne nécessitent plus aucune taille, donc moins de charges récurrentes pour un résultat final supérieur. Nous devons mieux communiquer sur ce savoir-faire. Ce sont des arguments qu'il faut aussi développer auprès des particuliers qui ne représentent actuellement que 3 % de la clientèle. Un gros sujet n'est pas si cher; nous pouvons proposer un bel arbre mis en terre en dessous de 1000 euros. Si nous comparons avec les prix des accessoires de jardins vendus en jardinerie, un beau murier platane taillé en parasol ne coûte pas plus cher qu'un parasol de grande marque pour un rendu ou un ombrage incomparable. Nous sommes en mesure de proposer des sujets originaux, uniques, donnant plus de personnalité à chaque jardin. L'objectif est de travailler en partenariat avec un réseau de paysagistes qui savent planter

de gros végétaux, et ainsi proposer un prix de l'arbre installé, soit le paysagiste se fournit chez nous, soit il est notre sous-traitant. »

► **Communiquer sur la nouvelle politique commerciale.** La première année qui a suivi la reprise de la pépinière en juillet 2015 a été très encourageante, avec un résultat positif malgré des investissements en matériels (tracteur, plate-forme de taille), et un gros travail de nettoyage des parcelles. Par contre, la saison 2016-2017 est beaucoup plus difficile pour plusieurs raisons. « Lorsque nous avons une baisse des achats publics, comme c'est le cas actuellement, nous souffrons à double titre: moins de commandes publiques, et s'il y a moins d'argent, les collectivités ont tendance à planter plus petit, explique Pierre de

Prémare. Et nous avons gardé une image de prix chers, il a fallu un an de communication pour montrer que nous avons revu nos tarifs pour être dans le coup. Le travail de démarchage commercial entamé depuis un an et demi ne porte pas encore pleinement ses fruits. Nous n'avons certainement pas assez anticipé à ce niveau. »

À l'exemple de son nouveau catalogue, la pépinière continue à innover avec un gros travail sur les feuillus: diversification de la gamme, chênes persistants, arbres à fleurs, formes en cépées pour un nombre croissant d'espèces. La pépinière sera labellisée AB au printemps 2017. Le nouvel ancrage de l'entreprise aux côtés de structures sœurs comme les pépinières Domaine de Châpélan se veut aussi gage de solidité... ■

Le format numérique permet de présenter plusieurs photos

Claude Thiery