

Gamm vert prend un temps d'avance et renouvelle sa stratégie de développement pour dynamiser le marché de la jardinerie.

Paris, le 10 mars 2016 – 1,5 milliard € de chiffre d'affaires, près de 1200 points de vente sur le territoire français, 13% de croissance... le pôle jardinerie d'InVivo Retail confirme sa position de leader de la jardinerie et marque sa différence et sa dynamique d'innovation sur un marché atone et soumis à de nouvelles dispositions réglementaires issues de la loi sur la transition énergétique.

Déploiement du « plan biotope » pour accompagner les jardiniers amateurs vers de nouveaux comportements plus durables, refonte du rayon animalerie, nouvelle approche du rayon équipement de la personne mais également innovation de rupture dans l'alimentaire avec le déploiement à venir d'une offre surgelée... Gamm vert trace un nouveau sillon sur son marché et s'impose comme l'enseigne qui a un temps d'avance dans le jardin.

Un leadership économique qui se consolide

Fort de son modèle économique unique qui conjugue résilience, agilité et développement d'activités contre-cycliques, Gamm vert intervient aujourd'hui comme le leader sur le marché du jardin. Deux ans après l'intégration de Nalod's (Delbard et les Jardinerie du Terroir), le réseau Gamm vert - Delbard affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires de 1,502 milliard d'€ TTC en progression de 13% par rapport à l'exercice précédent (2% à périmètre constant sur un marché en évolution d'environ 1%), une dynamique de croissance qui vient consolider les parts de marché du groupe leader en France de la jardinerie.

S'appuyant sur un maillage territorial de 1157 points de vente, le réseau déploie aujourd'hui une stratégie :

- multi-marques (Gamm vert, Delbard, Jardinerie du Terroir),
- multi-formats (les jardinerie rurales de moins de 500m² Gamm vert Village, les jardinerie de proximité de 1500 à 2500m² Gamm vert et les jardinerie d'attractions de 3500 à 6000m² Gamm vert nature)
- multi-canal (avec plantes-et-jardins.com, la plus grande jardinerie en ligne par Gamm vert qui affiche plus de 2 millions de visiteurs uniques par mois et un chiffre d'affaires de 10 millions d'€)

Le « plan Biotope » pour favoriser le jardinage durable

Gamm vert a toujours été pionnier dans la voie du jardinage durable : gamme d'engrais sous la marque Gamm vert 100% UAB¹ dès 2011, création de plans d'assortiment nationaux développement durable (lutte biologique, récupérateurs d'eau, composteurs...) dès 2013, expérimentation de la vente assistée de produits phytosanitaires dès mai 2015 et avant même les discussions parlementaires dans le cadre du projet de loi de transition énergétique.

C'est dans cette dynamique et pour accompagner au mieux les jardiniers amateurs et notamment ceux qui cultivent leur potager et qui vont devoir changer leurs comportements afin de maintenir leur production que Gamm vert lance le « plan Biotope ».

A 1026 jours de l'interdiction de la vente des produits phytosanitaires, ce plan conjugue :

- un renouvellement de l'assortiment avec une co-construction de produits avec les fabricants,

¹ UAB : utilisable en agriculture biologique

- un programme de formation des conseillers Gamm vert pour qu'ils restent les experts incontournables pour accompagner au mieux les jardiniers
- et une démarche de pédagogie sur les nouveaux gestes et pratiques à développer au jardin.

Surtout, ce plan inclut une **réinvention totale du rayon jardin** avec une clé d'entrée autour de l'action sur le biotope que constitue le milieu naturel du jardin. Gestion de l'eau, soutien à la biodiversité, diagnostic et enrichissement de la terre, conseil sur les meilleurs plants et semences à utiliser, solutions de traitement... ce nouveau rayon s'appuiera sur l'expertise des conseillers de vente de l'enseigne au service des jardiniers.

Des premières solutions pour restaurer la biodiversité au jardin - Gamm vert met d'ores et déjà en avant un nouvel espace consacré au biotope dans le jardin. Inviter, rencontrer, héberger, telles sont les promesses de cet espace. Grâce à une gamme complète, tous les oiseaux des jardins, insectes auxiliaires et petits animaux trouveront l'équipement et l'alimentation dont ils ont besoin au fil des saisons.

Innovations : deux nouveaux rayons au plus près des envies des clients

Le surgelé, une nouvelle offre qui renforce le positionnement de Gamm vert dans la distribution alimentaire

Le concept alimentaire « Les Sens du Terroir » développé dans le réseau depuis près de 10 ans a fait ses preuves en apportant une offre contre-cyclique qui représente 20% du chiffre d'affaires des magasins sur la période de Noël par exemple. Aujourd'hui Gamm vert prend encore un temps d'avance et met en place un nouveau rayon de produits surgelés. Constitué d'une offre unique composée de produits 100% issus du terroir français et 100% élaborés en France, ce nouveau rayon a vocation à se généraliser dans le réseau d'ici à 2017.

La randonnée, l'élargissement d'une offre ouverte sur la nature et l'équipement de la personne

Déjà positionné comme l'équipementier de proximité pour toutes les activités dans la nature, l'enseigne qui vend le plus de bottes en France va encore plus loin et fait une incursion dans le domaine de la randonnée. Sur ce marché valorisé à 700 millions d'€, Gamm vert a conçu un rayon spécial dédié à la petite randonnée, un rayon qui se déploie dans le réseau dès mars 2016.

Enquête Gamm vert sur le potager vivrier

Réalisée en mars 2016 auprès de 1470 clients Gamm vert disposant d'un potager

Les potagers sont utilisés pour cultiver diverses variétés de fruits et légumes afin de disposer de produits plus "naturels" qui ont du goût.

- 2/3 des clients potager Gamm vert disposent d'un potager de moins de 200m²
- Tous les potagers comportent des légumes et fruits d'été, voire d'hiver. La culture est moins diversifiée dans les petits potagers.
- Les plants sont plus utilisés que les semences (55% plants - 45% semences); l'utilisation des semences augmente avec l'expertise du client.
- Le potager sert principalement à une consommation de fruits et légumes plus naturelle, en ce qui concerne le goût et la santé (99%)... mais c'est aussi très souvent un moyen d'occuper ses loisirs autour d'une passion vraie.

La production du potager est avant tout destinée à la consommation personnelle au quotidien ... Qu'on congèle et met en conserve.

- Cette production représente environ la moitié de la consommation totale en légumes, (la proportion augmente avec la taille du potager).
- Pour 71% des clients, le potager est un moyen de réaliser des économies.
- Les légumes du potager reviennent moins chers que les légumes que l'on trouve dans le commerce pour 68% des clients : cette économie représente 55 euros / mois en moyenne.
- Toutefois, la majorité des clients font également bénéficier gracieusement d'une part de leur production à leur entourage.

Pour fertiliser et traiter le potager, on déclare principalement utiliser des engrais / produits naturels ou bio et des recettes "maison"

- 93% des clients disent fertiliser / traiter le potager
La grande majorité déclare utiliser des engrais naturels / bio ou des recettes de grand-mère.
- 18% déclarent utiliser des engrais et/ou des produits de synthèse (surtout les experts)
- L'utilisation de ces produits de synthèse augmente le prix de revient des fruits et légumes.

Parmi les utilisateurs de produits de synthèse, tous n'ont pas de solutions alternatives. Le besoin de conseils est important.

- 1 client sur 2 ne sait pas que les produits de synthèse seront interdits en 2019.
- 45% connaissent des solutions alternatives aux produits de synthèse.
- 66% pensent avoir besoin de conseils pour changer la façon de traiter le potager, surtout les jardiniers avertis et experts et ils sont 72% à penser pouvoir trouver ces conseils plutôt en jardinerie.

Gamm vert / Delbard – FICHE D'IDENTITE

**N°1 de la jardinerie en France avec 1 157 magasins en France
CA consolidé de 1,502 milliards d'€ sur l'exercice 2014-2015,
en progression de 7%**

Gamm vert

Né en 1977 dans le sillon de la coopération agricole

1004 magasins

1,308 milliards d'€ de chiffre d'affaires

4 500 collaborateurs

N°1 en part de marché jardin

Une surface totale magasins de 1 250 000 m²

Plus de 8 millions de clients

40 millions de passages en caisse

2 grands univers : le jardin potager et l'alimentation animale

2 rayons identitaires : l'équipement de la personne et les produits du terroir

4 enseignes

Gamm vert village avec 385 jardinerie rurales de 500m² implantées dans des zones de chalandise de moins de 5000 habitants

Gamm vert avec 546 jardinerie de proximité de 1500 à 2500m² implantées dans des zones chalandise de 10 à 30 000 habitants

Gamm vert nature avec 73 jardinerie d'attraction de 3500 à 6000m² implantées dans des zones chalandise de plus de 30 000 habitants

plantes-et-jardins.com – la plus grande jardinerie en ligne par Gamm vert avec 8000 références de végétaux, 5000 références de produits de jardins manufacturés, jusqu'à 2,5 millions de visiteurs uniques / mois et 10 millions d'€ de CA

A propos de Nalod's (Delbard – Jardinerie du Terroir)

Le groupe Nalod's compte 153 jardinerie dont 46 jardinerie Delbard et 107 Jardinerie du Terroir, soit une surface de vente totale de plus de 500 000 m². Les réseaux Delbard et Jardinerie du Terroir emploient 1 600 personnes.

Delbard a été fondé par George Delbard avec l'ouverture du 1^{er} magasin sur le quai de la Mégisserie à Paris le 9 novembre 1935.

CA 2014-2015 : 194 Millions d'€

À propos de InVivo

Le Groupe InVivo réunit 216 coopératives, qui rassemblent elles-mêmes plus de 300 000 agriculteurs. Il emploie 8 400 collaborateurs dans 30 pays. InVivo intervient dans quatre grands domaines d'activités: Agriculture (semences, agrofourniture, commerce international des grains), Nutrition et Santé Animales, Distribution Grand Public, Vin. Son chiffre d'affaires 2014-2015 s'est élevé à 5,7 milliards d'euros.