

# Quand Noël s'installe au garden-centre

**COMMERCE • Les garden-centres ne proposent pas que des fleurs en novembre et décembre, une période en général creuse. Tour d'horizon de ces nouveaux venus dans le marché disputé de la décoration de Noël.**

JEAN-LUC PASQUIER

On se dit que la vocation des jardinerie serait de vendre des plantes et des accessoires pour le jardin plutôt que des articles de Noël. D'autant plus que cette mode étrange a débuté il n'y a pas si longtemps. Pourtant, les professionnels parlent déjà de parts du chiffre d'affaires annuel allant de 3 à 6% pour ce secteur en pleine évolution.

## «Donner envie de recréer une ambiance festive chez soi»

Mais comment et pourquoi en est-on arrivé là? Marc Aebi, directeur du Garden-Centre Aebi-Kaderli SA qui fête cette année ses 75 ans d'existence à Guin (Düdingen), éclaire notre lanterne: «Les fleuristes créaient autrefois des arrangements pour la période de l'Avent. Puis l'assortiment s'est étoffé et la pièce réservée à cet effet s'est agrandie progressivement jusqu'à atteindre les 1000 m<sup>2</sup> aujourd'hui». Il poursuit en expliquant que les ventes de plantes de saison s'essouffent vers fin septembre, ce qui est un phénomène normal dans la branche horticole.

### L'horreur du vide

«A l'époque, les surfaces restaient vides jusqu'à la fin de l'hiver. On réduisait donc drastiquement les effectifs pour ne garder que les employés fixes durant la période creuse. Ces pointes saisonnières étaient source de précarité pour les personnes qui ne trouvaient pas d'occupation durant l'hiver. Maintenant, grâce à ce nouveau créneau, tout le personnel peut

exprimer son talent et sa créativité durant la mise en place puis dans la vente; et ce jusqu'à la fin de l'année. Passée l'euphorie des Fêtes, ils s'affairent à ranger le marché et s'occupent déjà de l'aménagement du marché de printemps.» La boucle est bouclée.

«De plus, le marché de Noël est une excellente façon de dynamiser la fréquence de la clientèle dans notre magasin à une saison où l'on ne vendait plus que des sapins et des pelles à neige», conclut Marc Aebi. Christophe Oberson,

responsable du Garden-Centre de la Gruyère à La Tour-de-Trême, ajoute que la maison mère à Noville (VD) fut la première jardinerie à inaugurer en 1991 un véritable marché de Noël en Suisse romande. L'idée originale est venue de collègues en Suisse alémanique et s'est rapidement propagée dans toutes les jardinerie du pays. On ressent la maturité de ce savoir-faire en visitant ce marché particulièrement abouti au niveau de l'ambiance.

Le Garden-Centre Kaech à Romont, qui a ouvert ses portes en 2006, a créé quant à lui «le plus jeune des marchés de Noël du canton». Grâce à cette fraîcheur innovatrice, on découvre, derrière les deux entrées massivement ornées chacune de six stères de bûches de hêtre, un véritable décor enchanté. «Nous avons pris le train en route, alors plutôt que de copier, les fleuristes se sont données à fond pour mettre en scène tous les coups de cœur que nous avons commandés à nos fournisseurs en Suisse», se plaisent à dire le couple Domi-



Le marché des articles de Noël connaît un énorme engouement dans les garden-centres. ALAIN WICHT

nique et Catherine Kaech. En fait, on pourrait tout aussi bien acheter ces guirlandes dans une grande surface. «Juste et faux», admet diplomatiquement Marc Aebi. «La différence réside dans le savoir-faire et la créativité unique des fleuristes et des horticulteurs des garden-centres.

### La touche originale

L'originalité de leurs décorations artisanales est une véritable source d'inspiration pour les clients. On leur présente dif-

férentes possibilités de décorer un sapin, une table ou une crèche. Tous les articles sont judicieusement arrangés par thèmes et par couleurs; ainsi, les aficionados du design moderne tout comme les fidèles des traditions s'y retrouvent.»

Eric Bachofner, directeur du Garden-Centre Schilliger à Matran, renchérit en précisant que «certaines boules de Noël sont des créations originales dessinées par Maurice Schilliger, puis produites chez les maîtres du soufflage de boules en Po-

logne. Un coin particulier a aussi été aménagé pour les articles de maquettes, produits difficiles à trouver sur le marché, donc un véritable plus pour les clients recherchant l'exclusivité et le savoir-faire minutieux. Rien n'est laissé au hasard dans la mise en place, toutes les tables et les aménagements d'intérieur doivent donner envie de recréer cette ambiance conviviale et festive chez soi.»

L'assortiment joue alors un rôle crucial: il doit être diffé-

rent et plus riche que celui des grandes surfaces. Certains produits sont distribués exclusivement dans les garden-centres et ne se retrouveront de ce fait jamais en concurrence avec la grande distribution. La qualité est aussi un critère prépondérant pour les acheteurs pointilleux. Dans le même registre, finalement, les relations de confiance à long terme avec les fournisseurs sont un élément incontournable pour faire la différence avec les grandes surfaces. I

## De la décoration à domicile et des cours



La féerie de Noël s'est déjà substituée aux plantes dans les garden-centres. ALAIN WICHT

Les garden-centres se sont aussi spécialisés dans les décorations de Noël professionnelles. En effet, de plus en plus d'entreprises, d'administrations et de centres commerciaux font appel à ces services pour créer cette ambiance de l'Avent dans ou à l'extérieur de leurs locaux. Certaines régies immobilières font de même pour apporter une touche festive dans les halls d'entrée d'immeubles. La mise en place d'un sapin de Noël de grande dimension n'étant pas une mince affaire, autant éviter les dégâts et contacter des spécialistes en la matière.

Il suffit de s'y prendre suffisamment tôt, de préférence à la fin de l'été, pour réserver un créneau dans le planning souvent surchargé des garden-centres à l'approche de la date fatidique. Toutes les options sont évidemment possibles, mise à disposition de socles spéciaux, sapins de plusieurs mètres de haut, avec ou sans décoration lumineuse, reprise des déchets, etc. Les fleuristes et les équipes des boutiques mettent également leur savoir-faire à disposition pour la décoration de votre intérieur ou de votre table, à domicile ou à l'emporter.

Les garden-centres proposent aussi une multitude de cours de décoration et d'animation avant les fêtes, il suffit de consulter leur site internet ou de demander leur programme. L'équipe du garden-centre Aebi-Kaderli propose un nouveau service particulière-

ment original qui permet aux personnes pressées de participer à des workshops. Les intéressés peuvent utiliser le matériel et le savoir-faire des fleuristes, composer des décorations sur place, ou les finir à la maison, sans les contraintes de temps et de groupe.

**Chaque entreprise** a ses sources secrètes d'approvisionnement et sa propre recette pour émerveiller sa clientèle. Plusieurs expositions professionnelles livrent un assortiment de base d'excellente qualité. Les nouveautés exposées sont tout d'abord imaginées, dessinées et confectionnées sous forme de prototypes en Suisse et en Europe, puis produites sous contrôles de qualité européens dans les pays de l'Est et en Asie. Ces articles sont commandés à l'avance, produits et distribués dans les magasins spécialisés de décoration et les garden-centres. D'autres produits, demandant une qualité de finitions supérieures, sont produits en Inde. Puis, comme rien ne se perd, ces mêmes articles sont copiés et produits en masse en Chine l'année suivante. Rien de nouveau. JLP

> **Thèmes** Aebi-Kaderli à Guin (Düdingen): «Candle Light»  
Garden-Centre de la Gruyère à La Tour-de-Trême: «Forêt enchantée»  
Garden-Centre Kaech à Romont: «Traditions dorées»  
Schilliger à Matran: «Givré et Grison»

## L'AVENT, ÇA SE PRÉPARE

Pour atteindre les sommets artistiques, il ne faut rien laisser au hasard. Le concept pour l'année suivante prend forme quinze jours avant Noël de l'année précédente(!). C'est à ce moment-là que les responsables des achats, bien imprégnés de l'actualité des ventes et des besoins des clients, s'en vont rendre visite à leurs fournisseurs. Puis à fin janvier, la recherche de nouveautés et des tendances continue par la visite de foires comme le «Christmas World» de Francfort en Allemagne ou d'Ornaris à Zürich et à Berne. Ces foires réservées aux professionnels sont de véritables temples de l'inspiration. Une fois les commandes passées, la production des articles va débiter et les achats seront livrés par étapes dès le mois de juillet. Commence alors le laborieux travail d'étiquetage. En effet, chaque petite boule, chaque personnage, chaque étoile, aussi petite soit-elle, doit être pourvue d'un prix et d'un code barre.

**Puis vient le moment** tant attendu de la mise en place de tous ces bijoux. Plus de deux mois avant les Fêtes, les surfaces de vente de plantons se voient littéralement colonisées par des anges, boules et autres accessoires de décoration. En quelques jours, les serres se vident de leur substance végétale. La clarté propice à l'assimilation chlorophyllienne disparaît subitement derrière des voiles opaques. Ces derniers confinent le lieu et transforment la grande pièce en un univers enchanté où la lumière est subtilement tamisée. Les flammes des bougies et des flambeaux dansent et se reflètent dans tout ce qui brille sur les étals. Les effluves d'orange et de thé à la cannelle remplacent les odeurs habituelles de l'automne. Les guirlandes et les étoiles s'illuminent recréant ainsi la chaleureuse ambiance de l'Avent. Une douce musique en arrière-fond met la touche finale. Les habitués ne reconnaissent pas l'endroit. La mutation est parfaite, la féerie de Noël commence déjà à faire rêver. I