

11ème Assises des Villes & Villages Fleuris

Vichy, le 30 novembre et 1<sup>er</sup> décembre 2006

Etude "Impact du fleurissement et de l'embellissement végétal "

Atelier "Les enjeux du Label Ville ou Village Fleuri"

Rapport Final

---

#### Sommaire

1. Objet	Page 02
2. Méthodologie.	Page 02
3. Principales observations	Page 05
4. Conclusions pour action	Page 16

## 1. Objet.

L'objet de cette étude est de procéder, pour la première fois, à une évaluation de l'impact des actions de fleurissement et d'embellissement végétal, dans les communes labélisées 4 Fleurs et par là des enjeux du Label Ville ou Village Fleuri

Cette étude qualitative vise :

- o à identifier si le fleurissement et plus largement l'embellissement végétal ont un impact sur les villes ou villages concernés et si impact il y a, quel est cet impact ou plus exactement quels sont ces impacts,
- o à évaluer l'ouverture des élus municipaux, à une mesure de ces impacts et du rôle que pourrait y jouer le CNVVF,
- o à définir des critères objectifs, pouvant ultérieurement servir à d'éventuelles quantifications ou du moins à des argumentations structurées sur l'impact du fleurissement
- o plus largement à évaluer les enjeux actuels et futurs du Label Ville ou Village Fleuri, thème de l'atelier 1, des 11èmes Assises Nationales des Villes & Villages Fleuris.

## 2. Méthodologie.

L'étude est qualitative. Dans une phase exploratoire sur un concept nouveau d'impact, dans le domaine du fleurissement et de l'embellissement végétal, il est nécessaire d'identifier préalablement les items stratégiques.

Entretiens en face à face ou par téléphone, suivant un guide d'entretien de 22 questions pour les 10 communes citées ci-dessous et en complément de 15 questions pour le département Nord, le département de la Seine Saint-Denis et la région PACA. Durée moyenne des entretiens plus ou moins 1H30.

Nota bene : le terme de fleurissement est entendu au sens large comme fleurissement, embellissement végétal, espaces verts...

Communes 4 fleurs, Départements et Région interrogés.

Collectivité	Interlocuteur	Fonction	Date
Le Plessis-Robinson (Hauts de Seine)	Jacques Perrin	Premier Maire-Adjoint	29 juin 2006
Saint-Fraimbault (Orne)	Pierre Remande	Maire	30 juin 2006
Morestel (Isère)	Christian Rival	Maire	27 juillet 2006
Oger (Marne)	Pascal Desautels	Maire	28 juillet 2006
Gagny (Seine-Saint-Denis)	Michel Teulet	Maire	11 septembre 2006
Dinard (Ille-et-Vilaine)	Marius Mallet	Maire	12 septembre 2006
Chatillon-sur-Chalaronne (Ain)	Noël Ravassard	Maire	20 octobre 2006
Coulaines (Sarthe)	Christophe Rouillon	Maire	24 octobre 2006
Albi (Tarn)	Geneviève Parmentier	Maire-adjoint chargée de l'urbanisme, de l'aménagement de l'espace et du cadre de vie, de l'habitat, du foncier, des parcs et jardins.	26 octobre 2006
	Patrick Sasal	Directeur du Service Parcs et Jardins	
Tours (Indre-et-Loire)	Sylvie Roux	Maire-Adjoint chargé de l'urbanisme, des parcs et jardins, du patrimoine, des enseignes et de la publicité.	9 novembre 2006
CDT Marne	Philippe Harant	Directeur adjoint du CDT Marne Responsable de la communication	28 juillet 2006
CDT Nord	Sylvain Villekens	Responsable du pôle collectivités	4 octobre 2006
CRT PACA	Jean-Marc Coppola	Président	6 octobre 2006
Seine-Saint-Denis	Michel Bader	Ex-Directeur des Espaces Verts de Seine-Saint-Denis	24 octobre 2006

## Historique Fleurs et Prix.

Communes	1ère Fleur	2ème Fleur	3ème Fleur	4ème Fleur	Grand Prix	Grand Prix Européen
Le Plessis-Robinson (Hauts de Seine)	1994	1996	1997	1999	2002	2005
Saint-Fraimbault (Orne)	1973	1975	1983	1987	1988	1989
Morestel (Isère)	1998	1999	2001	2005	-	-
Oger (Marne)	1991	1996	1998	2000	2005	2005
Gagny (Seine-Saint-Denis)	1999		Direct 2000	2002	-	-
Dinard (Ille-et-Vilaine)			Direct 1988	2003	-	-
Chatillon-sur- Chalaronne (Ain)				Direct 1975	1991	1975
Coulaines (Sarthe)	1991	1992	1996	2001	-	-
Albi (Tarn)	1997	1998	1999	2002	-	-
Tours (Indre-et-Loire)		Direct 1973	1975	1981 Perte en 1997 Reconquête en 1998	1991 2000	-

### 3. Principales observations.

1. Nous pouvons réellement parler d'impact – et au pluriel d'impacts – des actions de fleurissement dans les Villes et Villages 4 Fleurs.

Notamment :

- Ø Impact cadre de vie
- Ø Impact social et civique
- Ø Impact touristique
- Ø Impact économique
- Ø Impact pédagogique et éducatif
- Ø Impact emploi
- Ø Impact international
- Ø Impact politique et électoral
- Ø Impact global

Impacts	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	NSP
1. Touristique	LPR, SF, Mo, Og, Di, Al	Co, To			
2. Economique	LPR, SF, Og, Co, Al	Mo, Ga, To			
3. Social-Civique	LPR, Mo, Ga, Di, Co, Al, To	SF, Og			
4. Image	LPR, SF, Og, Ga, Di, Co, Al	Mo, To			
5. Env.-Dvlpt durable	LPR, Og, Ga, Co, Al, To	Mo	SF		
6. Pédago.-Educatif	LPR, Ga, Co, Al, To	SF, Mo, Og			
7. Filière horticole	LPR, Mo, Ga, Al	SF, Co, To			
8. Emploi	Og, Ga, Al	LPR, SF, Mo, Co, To			
9. Culturel	Ga, Al	SF, Og, To	Co		Mo
10. International	LPR, SF, Og	Ga, Co, Al, To			Mo
11. Tendances	LPR, SF, Al	Mo, Ga	Og, To		
12. Patrimoine	SF, Og, Ga, Al, To	LPR, Co		Mo	
13. Technologique	LPR, Al	Mo, Ga	SF, Co	Og	
14. Cadre de vie	LPR, SF, Mo, Og, Di, Ga, Co, Al, To				
15. Coopération. Echange	LPR, Og, , Al	To	Ga, Co		
16. Global	LPR, SF, Og, Ga, Di, Ch, Co, Al				

LPR : Le Plessis Robinson, SF : Saint-Fraimbault, Mo : Morestel, Og : Oger, Ga : Gagny ; Di : Dinard, Chatillon-sur-Chalaronnes : Ch, Coulaines : Co, Albi : Al, Tours : To

- L'homogénéité des réponses est remarquable, il y a un quasi unanimité des élus interrogés.
- Ø L'impact politique est unanimement reconnu.
- Le fleurissement induit une qualité de relation avec les administrés et une attitude positive envers l' élu. Il a aussi une valeur électorale.
- Pour Christian Rival, Maire de Morestel (Isère) :
  - o "C'est bien le seul domaine, où l' élu ne reçoit que des lettres de félicitations"

2. La dimension esthétique n'apparaît pas comme le critère majeur.
  - Si l'image, le cadre de vie sont importants, des dimensions concrètes telles que intégration sociale, engagement de la population et des équipes municipales ou bien encore attractivité économique, touristique ressortent dans leurs dimensions les plus concrètes (implantation d'entreprises, nombres de touristes...)
  - Il y a une objectivisation concrète du fleurissement, nous ne sommes pas dans du subjectif.
  - Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
    - *"C'est un élément d'embellissement, mais aussi de cohérence sociale, de mieux vivre ensemble"*
  
3. Le fleurissement, dans les Villes et Villages Fleuris, est devenu rapidement et profondément un élément constitutif et définitif de la personnalité des communes 4 Fleurs.
  - Le fleurissement crée un changement global et positif dans la population de la commune, dans le lien social, et vis-à-vis des élus.
  - Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
    - *"Le fleurissement a mis en valeur la commune", qui au départ était une commune de banlieue sans patrimoine*
  - Pour Pierre Remande, Maire de Saint-Fraimbault (Orne) :
    - *"C'est congénital : on ne peut plus s'en passer"*
  - Pour Christian Rival, Maire de Morestel (Isère) :
    - *"Le fleurissement, c'est quelque chose de très important pour nous. C'est un facteur essentiel de valorisation touristique et d'amélioration de notre cadre de vie"*
  
4. Corollaire, le fleurissement est un élément clef de la politique municipale et qui ne peut être dissocié de l'ensemble.
  - Il n'est pas envisageable de rompre avec cette politique, une fois installée ; il en va de l'intérêt des habitants comme de la crédibilité des élus. Il en va même de leurs réélections.
  - Pour Michel Teulet, Maire de Gagny
    - *"Le fleurissement fait partie du 'socle' de la politique municipale"*
  - Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
    - *"C'est un élément d'un tout"*
    - *"Personne ne connaît Chatillon sans fleurissement"*
    - *"C'est incontournable"*
    - *"Si le fleurissement n'existait pas, ce serait une catastrophe"*
    - *"Si j'arrêtais, ce serait une erreur"*
  
5. Le fleurissement peut ex nihilo, rapidement et à un coût raisonnable (notamment inférieur à un budget culture par exemple) donner un cadre de vie aux habitants d'une commune ainsi qu'une attractivité générale.
  - Au Plessis Robinson, effets tangibles en moins de 5 ans, pour un budget de 3 % seulement du budget global.
  - Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
    - *"Ce fut une volonté claire et décidée dès le départ, mise en place dès 1990-91, avec des effets très immédiats"*
    - *"3% du budget municipal, c'est 1 bouquet de fleurs à 18 € par an et par habitant"*
  - Les budgets restent entre 3 à 5 % du budget global, hors investissements
  - Pour Pierre Remande, Maire de Saint-Fraimbault (Orne) :
    - *"70 % du budget fleurissement est assuré par les recettes touristiques"*

6. Trois critères apparaissent comme fondamentaux pour réussir :
  - Ø "La volonté politique"
  - Ø "Les moyens financiers nécessaires"
  - Ø "Des responsables des espaces verts compétents".
  - Synthèse de Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine Saint Denis), partagée par les autres élus.
  - Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
    - *"La volonté politique des élus se manifeste par un % du budget. C'est un choix. Le budget, c'est 80 % de la réussite"*
  
7. L'adéquation volonté politique et compétence technique, ou autrement dit le binôme élu et technicien sont systématiquement affirmés comme un des facteurs clefs de réussite.
  - Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
    - *"C'est très motivant pour les agents d'avoir la 4ème Fleur"*
  - Pour Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
    - *"Le label, c'est quelque chose d'important le Service des Espaces Verts. La perte en 1997 de la 4ème Fleur avait été un drame", elle a été reconquise dès 1998*
  
8. Il se crée aussi un effet de mimétisme sur les communes environnantes.
  - Le fleurissement influence les communes voisines dans leurs envies de progresser dans le fleurissement.
  - Il apparaît aussi des échanges entre communes, notamment en matière technique et de gestion, et qui semble ne pas se limiter au seul fleurissement, ouvrant accès à de petites communes à des contacts avec des communes plus importantes. Ainsi les liens entre Oger (Marne) et Le Plessis Robinson (Hauts de Seine).
  - Pour Christian Rival, Maire de Morestel (Isère) :
    - *"L'exemplarité de Morestel sur les petites communes environnantes est réelle"*
  - Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
    - *"Les communes environnantes, dans le canton, s'y sont mises. Il y a mimétisme"*
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Il y a un phénomène d'imitation dans les communes voisines, par exemple à Carmaux, Gaillac, avec un décalage d'un an et dans les petites communes de la Communauté d'agglomération, ainsi Le Séquestre qui veut avoir ses 4 Fleurs"*
    - *"En 1998, après l'obtention de la 2ème Fleur c'est la région qui a été interpellée"*
  
9. Le fleurissement a un impact très positif sur le cadre de vie, l'intégration et le lien social.
  - De façon systématique, le fleurissement est présent dans l'ensemble des quartiers des villes fleuries, c'est une volonté politique commune, d'intégration et d'implication des habitants.
  - Dans tous les cas, les élus interrogés ont souligné leur volonté d'avoir la même politique pour tous les quartiers, de créer une osmose.
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi :
    - *« Il ne peut y avoir de ville à 2 vitesses »*
    - *"Nous avons toujours à l'esprit, la notion de juste répartition des aménagements, de faire bénéficier chaque quartier de l'embellissement"*
  - Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
    - *"Tous les quartiers ont la même dotation, la même possibilité"*
    - *"C'est une politique d'harmonie sociale, obtenue en faisant en sorte que personne ne soit traité de façon différente"*

10. Point particulièrement intéressant, le fleurissement est partout respecté, en particulier dans les zones dites difficiles en banlieue, ni dégradation, ni vol ; de plus des habitants s'impliquent.

- Ainsi en région parisienne, au Plessis Robinson avec 50 % de logements sociaux dans les Hauts de Seine, à Gagny en Seine Saint-Denis
- Mais aussi en province à Albi dans le Tarn ou dans de plus petites communes comme Morestel en Isère ou bien encore à Coulaines, banlieue du Mans dans la Sarthe
- Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
  - *"Il y a à Gagny, une cité avec 4000 personnes, nous n'avons aucun problème. Il y a des personnes qui viennent nous voir et qui s'engagent à arroser elles-mêmes les tours des arbres qu'elles veulent fleurir"*
  - *"Les habitants en sont fiers, les gens se sentent respectés, il y a du respect"*
- Ce qui est confirmé par Michel Bader, ex-directeur des Espaces Verts de Seine Saint-Denis
  - *"Il n'y a pas une ville qui se soit plainte de dégradation, y compris Aulnay sous Bois fin 2005. Sur les locaux des SEV et sur les espaces verts, il n'y a pas d'incidents dans les parcs"*
  - *"A Bobigny, la ville est coupée par les voies ferrées, la route nationale, le Canal de l'Ourcq, elle est toujours en travaux. Pas de fleurissement au départ, sous prétexte que cela serait vandalisé. Avec le changement de municipalité, depuis 3-4 ans, il y a du fleurissement. Il n'y a pas eu de vandalisme"*
  - *"Il ne s'agit pas seulement de fleurissement, ce qui compte c'est toute l'animation, l'aspect pédagogique autour. Ce qui important, c'est toute la dynamique. A Aulnay sous Bois, action auprès des écoles"*
- A noter les actions d'insertion par le fleurissement de personnes en difficulté, ainsi à Morestel avec des jardins communaux ou à Albi et dans d'autres communes

11. La population est impliquée dans le fleurissement.

- Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
  - *"Les habitants participent, s'approprient le fleurissement, dans les quartiers, dans les cités..."*
  - *"Quand on fait une rue, l'impact végétal a toujours beaucoup d'importance. On envoie à chaque habitant une information. Ils ont un coupon réponse. Ils ne manquent pas de faire remonter leur réponse. S'il y a trop de choses qui diffèrent, nous faisons une réunion sur place avec les plans. Et c'est seulement après concertation, que la décision est prise"*
  - *"Les gens peuvent commander des jardinières, cela ne coûte que 10 €"*
- Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
  - *"Les habitants surveillent. La participation est importante. Nous discutons avec eux".*
- Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
  - *"Nous tenons aussi à ce que les particuliers fleurissent. Nous leur prêtons des jardinières. Nous faisons des plantations devant les commerces"*

12. Les impacts touristiques et économiques sont évidents.

- A Saint-Fraimbault (Orne) comme à Morestel (Isère), le développement touristique généré par le fleurissement a permis le maintien de commerces tels que épicerie, café, restaurant, hôtel qui en d'autres lieux ont depuis longtemps disparu
- Pour Pierre Remande, Maire de Saint-Fraimbault (Orne) :
  - *"Cela crée des emplois, c'est le maintien de jeunes sur la commune, la création d'emplois"*
  - *"Il y a un effet économique. 80 % des communes autour n'ont plus ces commerces"*
- Au Plessis Robinson, le repositionnement de la ville, suite à son fleurissement et à son urbanisme a permis l'implantation d'entreprises leaders avec des effectifs très importants, citons Renault, MBDA (EADS), Bouygues Telecom, Optic 2000...
- Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine), citant un chef d'une grande entreprise, récemment implantée :
  - *"Nous sommes venus parce que le cadre nous plaisait et que vous nous vouliez"*
  - A noter, que Le Plessis Robinson se pose aujourd'hui la question de créer un Office du Tourisme, *"ce qui pourrait sembler surprenant à ceux qui ont connu la ville, autrefois"*
- A Oger (Marne) citons l'implantation sur la zone d'activités de grandes maisons du champagne, à l'étroit sur Reims ou Epernay, zone elle-même en fleurissement.
- Pour Pascal Desautel, Maire d'Oger (Marne) :
  - *"Il y a un retour sur investissement"*
  - *"Il est probable que notre Médaille d'Or au Concours Européen a généré un accroissement de touristes, mais aussi des ventes directes par les viticulteurs de la commune. Certains annoncent + 300 % de ventes"*

13. De plus apparaissent d'autres impacts très concrets qui ont des effets directs dans la commune mais aussi à l'extérieur.

Ø Innovation technique, dans un souci d'économie d'eau et de protection de l'environnement, de développement durable.

- Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
  - *"Toutes les suspensions qui sont en ville sont des suspensions Le Plessis Robinson, c'est un développement technique que a permis de grosses avancées pour les fabricants"*
  - *"Nous avons fait des progrès au niveau des substrats et de la fertilisation"*
- Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
  - *"Nous avons fait une charte de l'environnement, que nous publions chaque année"*
- Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
  - *"Nous faisons de la gestion différenciée des espaces"*
  - *"Nous arrosons la nuit"*
  - *"Nous étudions la mise en place d'un système électronique"*
- Tous comme Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) ou Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine Saint-Denis) précisent :
  - *"Nous réduisons les pesticides"*
  - *"Nous supprimons les produits phytosanitaires"*
- Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
  - *"Nous n'employons aucun engrais chimique. Le paillage est général"*
- Pour Patrick Sasal, Directeur du Service des Parcs et Jardins d'Albi (Tarn) :
  - *"Nous faisons de la production végétale 100% bio, en utilisant des auxiliaires, petits insectes qui vont manger les parasites"*

- Ø Qualité et valeur du bâti et du locatif.
  - Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine), commune désormais surnommée la "Chlorophylle vallée" par les agents immobiliers :
    - *"Le fleurissement est très lié à l'urbanisme. Le Maire est très attaché à la qualité et au style de la ville"*
  
- Ø Contribution au développement de la filière horticole.
  - Dans les communes rencontrées, que la production soit intégrée ou non, il ressort que les professionnels de l'horticulture : jardineries, pépiniéristes... bénéficient d'une part des besoins de la ville mais aussi d'autre part des effets d'entraînement sur les habitants.
  - Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
    - *"S'il n'y avait pas le fleurissement des villes, l'horticulture française serait en très mauvais état"*
  - Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
    - *"Nous recevons beaucoup de jeunes des écoles d'horticulture, qui viennent sur le plan technique"*
  
- Ø Création de tendances en matière de style de fleurissement.
  - Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
    - *"Nous créons chaque année des thématiques, des couleurs"*
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Nous avons la volonté d'impulser, d'innover"*
    - *"Nous avons une volonté de chic, de raffinement, d'originalité"*
    - *"Les habitants demandent aux services municipaux le nom des nouvelles plantes, présentes sur les ronds-points, les parcs..."*
  - Pour Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
    - *"Les couleurs actuelles, c'est l'alliance du rose et du vert anis"*
    - *"L'an prochain, ce sera autour du rouge"*
  
- Ø Coopération et échanges intercommunaux.
  - Pour Pascal Desautel, Maire d'Oger (Marne) :
    - *"Il y a des communes qui viennent avec leurs équipes techniques pour voir l'exemple d'Oger"*
    - *"Nous avons développé des liens entre communes et décidé de travailler ensemble. Nous recevons de plus en plus. Nous leur montrons comment on travaille".*
  - Ce point pouvant être plus développé, les structures plus que les intentions semblent manquer :
  - Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
    - *"Il n'y a pas assez de coopération technique avec d'autres communes, nous ne partageons pas suffisamment. Il n'y a pas de moyens pour partager les connaissances"*
  
- Ø Rayonnement international ou régional.
  - Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
    - *"Nous recevons régulièrement des délégations étrangères d'Italie, de Chine, d'Europe Centrale..."*
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Nous recevons des délégations de l'Aude, de la région Languedoc, du département du Gers"*
  - Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
    - *"Nous avons des visiteurs de Belgique, de Hollande, d'Italie ..."*

14. La notion d'impact, même si elle n'est pas quantifiée, est effectivement perçue par les élus, mais aussi selon eux par la population et l'externe.
- Socialement : cadre de vie, qualité de vie, pédagogie, insertion.
  - Economiquement : implantation d'entreprises et de particuliers.
  - Techniquement : innovation, tendances, développement de la filière horticole.
  - Politiquement : adhésion et participation des habitants, résultats électoraux.
  - Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
    - *"Les habitants sont très contents. Cela participe à leur mode de vie. C'est un élément de fierté par rapport à leurs proches",* rappelons que Coulaines est une commune de la périphérie du Mans
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Il y a un réel attachement de la population, elle perçoit le fleurissement comme un étonnement"*
15. Le principe de mesurer, de quantifier l'impact des actions de fleurissement pourrait trouver sa raison d'être.
- Pour matérialiser, objectiver l'action municipale. Pour avoir des arguments concrets, mesurés, quantifiés au-delà de la profonde conviction que le fleurissement est bénéfique.
  - Pour motiver les communes pas ou peu développées sur le fleurissement.
  - Pour Pierre Remande, Maire de Saint-Fraimbault (Orne) :
    - *"Oui, plutôt oui, parce que cela objectiverait les décisions politiques. Cela donnerait des arguments politiques, techniques, économiques"*
  - Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
    - *"Cela m'intéresserait d'avoir des chiffres de visibilité, s'il y avait des arbitrages budgétaires à faire"*
  - Pour Pierre Remande, Maire de Saint-Fraimbault (Orne) :
    - *"Oui, c'est important pour nous de calculer cet impact",* Saint-Fraimbault qui recense la population de visiteurs, aujourd'hui près de 45 000 par an
  - Pour Christian Rival, Maire de Morestel (Isère) :
    - *"L'Office du Tourisme a reçu pour mission de mesurer le nombre de visiteurs"*
  - Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
    - *"Oui, ce serait intéressant. Nous sommes persuadés que le fleurissement est bénéfique, mais on ne sait pas mesurer, quantifier, pour avoir des arguments"*
- ∅ Mais le ressenti du terrain est aussi important.
- Pour Jacques Perrin, Premier Maire Adjoint du Plessis Robinson :
    - *"Le besoin ne s'est pas fait sentir. L'impact se mesure tous les jours"*
  - Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
    - *"Le contact direct est important, je rencontre beaucoup de monde"*
- ∅ Et il semble difficile d'isoler l'impact du fleurissement d'un tout.
- Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Notre action est intégrée dans un pôle urbanisme, il y a osmose entre les services, chaque service est un élément du puzzle général"*
  - Pour Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
    - *"Pas de mesure spécifique, cela est fait globalement dans le cadre de l'évaluation de la politique municipale"*

16. Des critères d'impact objectifs ressortent, pouvant être quantifiés.

Principalement :

- Ø Niveau d'agrément de la population (unanimité)
- Ø Image externe et interne de la commune
- Ø Attractivité économique de la commune
- Ø Attractivité touristique de la commune
- Ø Taux de participation de la population
- Ø Valeur du m2 immobilier
  - o (Impact, cependant paradoxal, puisqu'il peut rendre l'implantation des habitants, notamment des jeunes plus difficile, point sensible dans les petites communes)
- Ø M2 espaces verts / habitant
  - o (pour les communes urbaines, dans les communes rurales cela n'a évidemment pas de sens)
- Pour Pascal Desautel, Maire d'Oger (Marne) :
  - o *"Cette stratégie générale a ainsi contribué au maintien des jeunes sur la commune, avec notamment l'aménagement de logements. Il y a un lien entre le fleurissement et le maintien des jeunes sur la commune"*
  - o *"Un cabinet médical veut venir à Oger. Il y a 3 médecins qui veulent venir à Oger", à noter que cette commune rurale compte moins de 700 habitants*

17. Le CNVVF est reconnu comme légitime pour conseiller ou assister les communes dans l'évaluation de leurs actions de fleurissement et plus largement pour leur apporter des conseils opérationnels.

- Il a une crédibilité historique et opérationnelle.
- Sa position de carrefour semble toute indiquée.
- Il joue aussi un rôle en matière de « tendances fleurissement ».
- Le CNVVF est un référent et garant national.
- Pour Michel Teulet, Maire de Gagny (Seine-Saint-Denis) :
  - o *"Quand le jury vient, c'est comme un audit, un regard extérieur"*
- Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
  - o *"Oui, le CNVVF est un organisme particulièrement qualifié, il devrait s'impliquer beaucoup plus dans des conseils"*
- Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
  - o *"Au niveau technique, le CNVVF peut donner quelques indicateurs sur l'évolution du fleurissement, de sa gestion, des bonnes pratiques"*
- Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
  - o *"En tant que Vice-Président du CNVVF, je vous dis oui. Il faut que le CNVVF participe. Il a un grand rôle à jouer, même dans le cadre de la décentralisation. Le Label doit rester national, c'est cela qui lui donne son sens, il ne faut pas diluer"*
- Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
  - o *"Lors de la visite du jury, nous souhaiterions avoir plus de commentaires opérationnels, plus adaptés à la ville"*
- Pour Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
  - o *"Quand le CNVVF vient nous voir, il nous valorise"*
  - o *"Le Comité est là pour diffuser les nouvelles techniques, les nouvelles approches"*

18. Les stratégies de fleurissement, comme toute stratégie d'action, connaissent leurs phases de lancement, de croissance et de déclin. Leurs impacts peuvent en être affectés. A titre d'exemples, nous pouvons évoquer les questions suivantes.

Ø Quelle cohérence avec la ville ?

- Ainsi à Dinard, volonté d'une cohérence, d'une harmonie avec la ville : le choix d'un style anglais, de couleurs pastel, la mise en avant du palmier comme symbole.
- Pour Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
  - *"Le fleurissement seul ne serait pas suffisant, il faut qu'il corresponde à l'image d'une ville, d'où le choix des végétaux, ainsi le palmier qui a été implanté dans les années 30 à Dinard, où le climat est doux est devenu un des symboles de la ville"*
  - *"Il faut que le fleurissement soit en cohérence avec le génie de la ville"*
  - *"Le fleurissement fait partie de l'image"*
  - *"Nous voulons donner une image de gaieté : soyez heureux, vous êtes à Dinard"*

Ø Quelle stratégie de fleurissement sur la durée ? Quel renouvellement ?

- Continuité ou renouvellement ? Et sur quelle cible : cadre de vie interne ou levier touristique ?
- A Saint-Fraimbault, passage de 100 000 visiteurs dans les années 90 à 45 000 – 50 000 visiteurs aujourd'hui : le style local séduirait-il moins à l'extérieur ? s'adresserait-il plus à une population vieillissante ? Nous sommes ici confrontés à une problématique marketing classique d'un produit vieillissant et d'une clientèle en voie de disparition, donc il y a un enjeu de renouvellement, qui peut se poser à toute commune.
- Pour Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
  - *"C'est plus un renouvellement qu'il faut opérer en permanence. Le renouvellement, la réflexion sont importants. Nous ne devons pas tomber dans la routine"*
- Pour Noël Ravassard, Maire de Chatillon-sur-Chalaronne (Ain) :
  - *"Il faut progresser. Nous sommes Grand Prix, nous pouvons toujours faire mieux, dans les choix, les quartiers"*

Ø Quel style, quelle mode en matière de fleurissement, quelle évolution des modes de gestion des espaces verts ? Quelle stratégie ?

- Il en va ici comme ailleurs, en matière de goûts et de couleurs..., il est cependant perceptible que des tendances se dessinent, les traditionnels parterres d'annuelles de couleurs vives cèdent la place à la nouveauté de massifs de graminées et de vivaces aux dominantes vertes ou bleutées. Les élus, les techniciens, les citoyens évoluent.
- Pour Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint du Plessis Robinson (Hauts de Seine) :
  - *"Dans le fleurissement, il y a des modes, de nouvelles plantes qui arrivent, d'autres qui disparaissent"*
- Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
  - *"Chaque action fait l'objet d'une vraie stratégie en 5 étapes : écriture préalable d'une note d'intention, travail d'une palette végétale pour les couleurs et les plantes, travail des conceptions végétales, croquis, revalidation finale par l'élu et l'équipe technique".*
  - *"Nous faisons le choix de l'originalité, de l'innovation, du chic et du raffinement"*

- ∅ Le fleurissement est en soit une stratégie pour élargir, corriger ou travailler le positionnement d'une commune ou d'un département ou encore d'une région.
  - Elargir un positionnement rural à Saint-Fraimbault (Orne) et ou très marqué Champagne à Oger (Marne) et dans le département de la Marne :
  - Pour Philippe Harant, Directeur Adjoint du CDT Marne :
    - *"La Marne est le 1<sup>er</sup> département fleuri de France. Le fleurissement est un symbole d'accueil. C'est un support de promotion"*
    - Par extension *"Le concept de Marnothérapie élargit l'identité de département de la Marne"*
  - Corriger un univers très urbain, de banlieue, de béton, déséquilibré à Gagny (Seine Saint-Denis), au Plessis Robinson (Hauts de Seine), à Coulaines (Sarthe) ou bien encore très marqué par un passé industriel comme dans le département du Nord :
  - Pour Sylvain Villekens, Responsable du Pôle Collectivités au CDT Nord :
    - *"Le fleurissement vise à corriger l'image du département"*
    - *"Le concept associé de Fleurissement et de Cadre de vie est souvent repris par les élus"*
    - *"Il existe une réelle dynamique par rapport au nombre de communes fleuries"*
  - Travailler le positionnement d'une ville touristique comme Dinard (Ille-et-Vilaine), valoriser et dynamiser le patrimoine comme à Morestel (Isère), Albi (Tarn) ou d'une région très touristique, comme en Provence Alpes Côte d'Azur :
  - Pour Jean-Marc Coppola, Président du CRT PACA :
    - *"Faire prendre bien conscience aux élus, aux professionnels, à la population de l'importance de l'accueil, du sourire, du rapport qualité/prix dans une région naturellement touristique"*
    - *"Prendre en compte aussi le cadre de vie, l'aménagement"*
    - *"Mieux exploiter tous les atouts de la région", ainsi fin 2005, organisation d'un colloque sur l'eau et l'utilisation des plantes méditerranéennes"*
19. Se pose aussi la question de la communication et de la valorisation des actions de fleurissement et des bons résultats observés.
- Certaines communes mettent en évidence le Label 4 Fleurs sur les supports de communication des villes : papier à entête, site internet, panneau, bulletin municipal
  - Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
    - *"Nous faisons de la communication, le logo 4 Fleurs est sur tous les documents édités"*
  - Pour Geneviève Parmentier, Maire Adjoint d'Albi (Tarn) :
    - *"Chaque action est valorisée"*
  - Pour Pascal Desautel, Maire d'Oger (Marne) :
    - *"Nous investissons presque autant en communication qu'en fleurissement"*
    - *"Nous avons organisé un méchoui avec 450 personnes, pour les remercier d'avoir participé à l'obtention du Grand Prix Européen"*
    - *"Nous avons eu des retombées médiatiques nationales et régionales"*
  - Mais cela ne semble pas systématique dans toutes les communes.
  - Par ailleurs comme le souligne de façon très pertinente Sylvie Roux, Maire Adjoint de Tours (Indre et Loire) :
    - *"Il est important de communiquer le Label, mais plus encore de faire connaître le contenu, le détail, la diversité des actions et des résultats"*

20. Au final, le fleurissement apparaît comme un vrai levier qualitatif de management municipal.

- A l'interne, pour plus de convivialité et plus d'adhésion et de participation à une même communauté, pour maintenir les habitants et des activités économiques
- A l'externe, pour attirer touristes, entreprises et professionnels
- Pour Christophe Rouillon, Maire de Coulaines (Sarthe) :
  - *"Il y a une dimension citoyenne, tout le monde se sent participant"*
- Ce que résumait bien les propos en conclusion de Jacques Perrin, Premier Maire-Adjoint, du Plessis Robinson :
  - *'Fleurir, c'est accueillir : c'est notre slogan'*
  - *'Fleurir, c'est sourire'*
  - *'Une plante, une fleur, un arbre ça embellit la vie'*
  - *'Quand on rentre au Plessis Robinson, on rentre dans un autre monde'.*
- Ou bien encore Pascal Desautel, Maire d'Oger (Marne) :
  - *"Les fleurs nous adressent tous les jours un sourire"*
- Et ceux de Marius Mallet, Maire de Dinard (Ille-et-Vilaine) :
  - *"Parce que le fleurissement contribue à "Soyez heureux à Dinard"*

#### 4. Conclusions pour action.

1. Les enjeux du Label Ville et Village Fleuri, au travers de cette étude, apparaissent comme plus larges et plus concrets, que de simples distinctions esthétiques.
  - Si à première vue, c'est un label de qualité et de valorisation des villes ou villages fleuris,
  - Au-delà, et au vu des observations terrain, c'est une vraie marque de pilotage municipal ou local. L'étude montre qu'il y a de fait des stratégies latentes en matière de fleurissement et d'embellissement végétal, avec des objectifs, des cibles, des partis-pris et des résultats. Le fleurissement n'est pas anecdotique, il est stratégique. Des communes progressent, innovent, d'autres devront se remettre en cause. Il y a action, il y a impact.
  - Autrement dit, le Label n'est pas que le constat à date, la photo agréable d'une situation, il est aussi un levier d'actions, une dynamique qui s'empare des villes et villages participants, pour des résultats très concrets : cadre de vie, tourisme, économie, développement durable...

à Le Label Ville et Village Fleuri induit une dynamique positive. Il est donc beaucoup plus qu'un trophée, il est la marque d'une stratégie d'action ambitieuse, large et concrète. Si le levier est le fleurissement, l'impact va bien au delà de l'impact touristique, il est aussi social et économique, technique et politique, et environnemental.

à Le CNVVF peut s'appuyer sur ce constat pour renforcer et élargir son rôle de conseil et de valorisation des communes qui se positionnent sur un haut niveau de fleurissement.

2. Corolaire, de la conclusion précédente, les communes, les départements et les régions ont tout intérêt à renforcer leur implication dans la démarche du Label Ville et Village Fleuri, d'autant que pour un faible budget, le retour sur investissement est rapide et important.
- Suivre les critères du cahier des charges du Label, vrai plan d'action dont il faut rappeler que les critères se situent depuis longtemps au-delà de la simple notion de fleurissement et de patrimoine paysager et végétal, puisque d'autres aspects y sont en jeu tels que gestion de l'environnement (gestion de l'eau, protection des espaces naturels, gestion raisonnée des produits chimiques, méthode alternative et lutte biologique intégrée, propreté), cadre de vie (patrimoine bâti, mobilier urbain, maîtrise de l'affichage publicitaire, réseaux), animation et valorisation touristique (promotion du label, jardins familiaux, animations scolaires, participation des habitants, actions de coordination).
  - Au vu de l'étude, le Label pourrait, puisqu'il les recouvre déjà, aussi intégrer au moins 3 volets supplémentaires :
    - Social : cadre de vie pour les habitants, lien social, participation des habitants, harmonie du centre et des quartiers, pédagogie dans les écoles, insertion...
    - Economie : attractivité et implantation d'entreprises, création et maintien d'emploi, développement de la filière horticole, qualité et valeur du bâti et du locatif...
    - Tendances et Techniques : renouvellement, originalité, créativité, innovations techniques...

à L'affirmation d'un Label aux enjeux élargis, marquerait une étape nouvelle pour les communes et les collectivités reconnues par le Label Ville et Village Fleuri. Elles y trouveraient la reconnaissance complète de leurs actions et de leurs résultats. Elles s'inscrivent ainsi dans plus de modernité et plus de démocratie.

à Les communes, départements et régions labellisés doivent faire connaître leurs actions, non seulement en général, mais aussi en détail. La diversité et la qualité des résultats méritent d'être portées à la connaissance des citoyens, des médias et des milieux politiques et économiques.

3. Il y a une demande profonde et montante de plus d'espaces verts, d'un meilleur cadre de vie, de "plante, de fleur, d'arbre et de sourire".
- En réaction à l'urbanisation, à la pollution, se sont développées des tendances lourdes telles que la recherche de plus de confort, de temps pour soi, du besoin de santé et de bien-être. Des faits concrets le montrent, tels que la multiplication en ville des chaînes de fleuristes, en périphérie des jardineries, d'équipement pour la maison ; les émissions TV, les magazines les relatent abondamment...
  - En conséquence, les villes ou villages fleuris, avec leurs actions et leurs impacts, sont des références. Elles sont pionnières. Elles sont exemplaires.
  - L'étude montre aussi qu'il existe un intérêt et un mimétisme en périphérie des communes 4 Fleurs ou Grand Prix. Il y a un besoin d'échanges, en France et même au-delà, puisque des délégations internationales visitent les villes ou villages fleuris.

à Les acteurs du fleurissement et de l'embellissement végétal que sont les élus et techniciens des villes et les villages fleuris, les responsables des départements et des régions qui œuvrent en ce sens et l'équipe du Conseil National des Villes et Villages Fleuris, répondent de fait à la demande générale de qualité de l'environnement et de bien être de l'homme.

à En conséquence, si les acteurs du fleurissement et de l'embellissement végétal font, il leur faut faire savoir et faire partager. Ils pensent global, ils agissent localement, ils partagent régionalement. Ils doivent faire connaître et diffuser les actions et les impacts, les meilleures pratiques et les stratégies, les exemples à voir et les personnes à rencontrer.

à Plus que jamais le Conseil National des Villes et Villages Fleuris est et doit être l'initiateur de réponses nouvelles et concrètes répondant aux aspirations et aux besoins des citoyens. Il est de plus le garant, par son Label national, de la qualité des actions et de la réalité des impacts. Il est le partenaire et le bon outil des Villes et Villages Fleuris.

Etude réalisée pour le Conseil National des Villes et Villages Fleuris

Par la société **marque & management**  
353, rue de Vaugirard - 75015 Paris - France  
T. +33 (0)1 48 28 23 92  
M. +33 (0)6 08 42 63 38  
[jptarroux@marqueetmanagement.com](mailto:jptarroux@marqueetmanagement.com)

Responsable  
Jean-Pierre Tarroux  
Directeur

Marque & Management intervient comme conseil sur les problématiques de positionnement et de développement des collectivités et des entreprises, en s'appuyant sur le concept de marque. La ville, le département, la région ou l'entreprise, le groupement professionnel sont analysés et positionnés comme marque. L'approche comprend pour tout ou partie : audit, recommandation stratégique, création, mise en œuvre communication, suivi et bilan.

"La marque est plus qu'un outil de communication, elle est un outil de management"