

Le Flash Code fait son entrée en horticulture

Depuis cette rentrée, deux entreprises du Centre de la France, Horti Sologne et les pépinières Travers, se lancent dans le Flash Code. Une technologie de pointe déjà utilisée dans d'autres domaines (pour connaître les horaires de la RATP, par exemple).

➔ Le principe : l'acheteur capte ou flashe, avec son téléphone portable ou son Smartphone un petit code barre de forme carrée, en deux dimensions, apposé sur l'étiquette de la plante qu'il désire acheter. Immédiatement, il a accès à un texte, ou un clip vidéo lui expliquant comment réussir au mieux ses plantations de fraisiers, ou comment entretenir la fleur sur laquelle il vient de craquer, mais dont il ne connaît ni le nom latin, ni la fréquence des arrosages, ni si elle doit être placée à l'ombre ou au soleil. Cette innovation est soutenue et développée par le

Fafséa*, qui propose des formations aux salariés des entreprises horticoles (et d'autres domaines de production) pour maîtriser cette nouvelle façon de communiquer. « Il s'agit de recréer du lien entre le producteur et le consommateur, avec des moyens modernes. Le producteur s'invite dans un outil quotidien de l'acheteur », explique Éric Collin, délégué Fafséa région Centre. Le fonds de formation s'est entouré, pour ce faire, des compétences de professionnels de l'audiovisuel et de Roland Motte, jardinier et conseiller marketing en profession horticole. Ce dernier a donné

Roland Motte, le 17 septembre, au CNPH de La Ménitry : « Les vendeurs en jardinerie sont peu disponibles. Le Flash Code est un moyen de conseiller les consommateurs ».



une conférence, le 17 septembre au 40^e anniversaire du CNPH de La Ménitry : « Les vendeurs en jardinerie sont peu disponibles, a-t-il expliqué. Le Flash Code est un des moyens de conseiller les consom-

mateurs et de leur communiquer les notions de plaisir et de rêve qui entourent nos produits ». S.H.

* Fonds national d'assurance formation des salariés des exploitations et entreprises agricoles.