

ENQUÊTE
EXCLUSIVE

16 MAI 2014

Toluna
In touch with people



Une Grande enquête autour du jardin et des animaux de compagnie

La vraie Nature des femmes enfin dévoilée !



42,3% des femmes déclarent que leur dernier achat de plante a été fait sur un coup de cœur, contre 31% chez les hommes ! Et 67,3% ont été décisionnaires dans le choix du dernier animal de compagnie ramené à la maison... Deux données parmi les plus de 300 contenues dans cette étude dévoilée aux journées des plantes de Courson qui fait le jour sur le jardin et l'animal idéal des femmes... mais aussi sur leurs attentes et critères d'achats en jardinerie afin de mieux comprendre quelles sont les aspirations et le profil de la « shoppeuse » se cachant derrière la nouvelle digital Woman.

LES FRANÇAISES ONT ENVIE DE PLUS DE NATURE

Parmi les 10 actions les plus importantes citées par les femmes pour la qualité de l'environnement en ville, « **augmenter les espaces verts (jardin, parc, square)** » arrive en 3^{ème} position et « **accroître les plantations partout (rues, toits, balcons)** » en 6^{ème} position !

A propos de l'**éducation des enfants** à la nature des femmes estiment qu'il faut **leur apprendre aussi à s'occuper de plantes et d'animaux (74,3 %)** plus qu'à se concentrer sur le programme scolaire de sciences de la nature (20, %).

En visualisant **le jardin de leurs rêves**, les femmes listent plus de 20 critères... 2 sur 3 citent **une abondance de plantes et fleurs, un potager, une pelouse, un verger** (ou tout au moins des fruits)... sans oublier **les transats** qui suivent juste derrière. Chez les hommes, c'est la pelouse qui arrive en 1^{ère} position.

99,5%
DES FEMMES
AIMERAIENT AVOIR
UN JARDIN !



Au top 10 de ce que les femmes **aiment le plus faire dans leur jardin** ou leur terrasse, « **profiter des fleurs et plantes, observer la nature** » (60,7 %) arrive en tête, suivi par « se reposer » (58,1 %), « prendre des repas en famille ou amis » (57,4 %), « prendre l'air ou le soleil » (56,5 %).... **Le jardinage n'arrive qu'en 7^{ème} position !**

Si les Françaises avaient le terrain pour construire leur jardin idéal, leurs **principaux freins** parmi les 8 cités, seraient **le budget** (46,7 % pour les travaux, 33,8% pour l'entretien), les connaissances (34%) et le temps libre (30,3%).

Concernant **les végétaux**, seulement **16,1 % des femmes considèrent avoir un bon niveau de connaissances**, contre 23,7 % chez les hommes.

Dans les 10 sources d'information citées par les femmes pour aménager et entretenir leur jardin et leur terrasse, **la famille arrive en 1^{ère} position** devant internet et les magasins. Chez les hommes, les magasins n'arrivent qu'en 4^{ème} position.

1 FEMME SUR 4

aime toutes les tâches liées à l'entretien du jardin et de la terrasse, chez les hommes c'est 1 sur 3.



LES JARDINERIES SONT SOURCE D'INSPIRATION ET D'INFORMATION

Leur **jardinerie préférée** leur propose une **grande diversité de produits**, un bon rapport qualité/prix, des promotions, des rayons diversifiés (décoration, aménagement...), tout en étant facile d'accès et ouvert le dimanche si possible.

Au sein des ménages, **c'est la femme qui achète habituellement les plantes (73,1%)**, alors que du côté des hommes, ce sont les achats d'outils de jardin (60,1 %) qui arrivent en tête.

Dans la liste des **8 critères** cités comme étant les plus importants pour les femmes dans leurs **achats** de produits en jardinerie, **le rapport qualité-prix** est cité à 71,4 %, **l'esthétisme du produit** à 40,9 %, **sa simplicité** à 33 %, **sa praticité** à 31,6 % et **les bénéfices pour l'environnement** à 18,2 %.

Si près de la moitié des personnes interrogées, hommes comme femmes, prévoient **un budget stable dans leurs dépenses en jardinerie et animaleries** cette année, les femmes sont 20,9 % à le prévoir en baisse, et les hommes sont à 20,9 % à le prévoir à la hausse ! A vous d'appuyer sur le bouton « achat d'impulsion » !

Au top 20 des **services** que les femmes aimeraient trouver sur leurs lieux d'achat jardin arrivent en tête les **cours sur le jardin** (25,9 %), un **espace conseil avec jardinier ou paysagiste** (23,1 %), du **matériel d'occasion** (19,9 %) et en **location** (17,5 %) et un jardin pour se promener (17,3 %).

57,6%
DES FEMMES
VONT DANS UN RAYON
JARDIN POUR Y TROUVER
DES IDÉES
(contre seulement 47,6%
chez les hommes)

& **43,6%**
DES FEMMES
POUR Y DÉCOUVRIR
DES NOUVEAUTÉS
(contre seulement 35,6%
chez les hommes)

42,3%
DES FEMMES



ont acheté leur dernière plante sur un coup de cœur, contre seulement 31% chez les hommes.

Dans la liste des 15 critères déclencheurs de cet achat imprévu, elles citent un prix attractif (47,9 %), l'aspect et la forme de la plante (31,5 %), sa couleur (26,6 %), sa facilité d'entretien (28 %) et sa résistance (20,4 %).



“ La recherche d'un coin de verdure et le désir de posséder un animal viennent contrecarrer l'urbanité, synonyme de pollution et de stress. Si les femmes y accordent une place aussi importante, c'est certes pour elles-mêmes, mais aussi leurs enfants, leur famille... Elles voient ainsi leur jardin comme un lieu de détente, de calme et de bien-être qui leur permet d'être reliées à la nature, de mettre en place une relation de proximité. Il est une sorte de "paradis terrestre", de parenthèse, qui permet de fuir les contraintes de la ville et du travail (...). On retrouve ce besoin dans la fréquentation des magasins, où même si la notion de prix et de budget arrivent au premier plan, elles se laissent guider en majeure partie par leurs coups de cœur, et recherchent de la nouveauté et des idées... Contrairement aux hommes qui sont plus dans le pragmatisme, l'usage et l'utile, les attentes des femmes sont plutôt du domaine du plaisir, couplé aux stimulations sensorielles. Cela doit se décliner en jouant sur les odeurs, les couleurs, la mise en ambiance, l'esthétisme, la créativité la diversité... On notera également la recherche d'amélioration des connaissances à travers les conseils dans le magasin - ou pour les enfants via l'école - afin de compenser la perte de transmissions de savoir par la famille, le cas échéant. C'est une demande très précise qui ressort très fortement à travers cette étude... ”



Danielle Rapoport, Psychosociologue,

Directrice de DRC, cabinet d'études des modes de vie et de la consommation

“ On l'a bien compris, le jardin rêvé doit être un vrai cocon protecteur et synonyme de vie... Plus qu'un simple commerçant, le point de vente jardin doit utiliser ce langage et faire partager tous ces rêves et cette vie à travers son offre et son ambiance pour faire « vivre » les produits... Pour le jardin, c'est la promesse de pouvoir en profiter au calme, d'y passer du temps en famille, de voir les enfants y jouer et s'amuser... Pour le potager, on doit y voir la promesse de légumes et de fruits frais et savoureux, de confitures... D'ailleurs, le jardin n'est pas aussi synonyme de contraintes comme on aurait pu le croire... C'est une bonne nouvelle mais il faut savoir l'exploiter en magasin car si la moitié des femmes interrogées estime avoir un niveau moyen de connaissances, elles attendent que le vendeur puisse leur apporter le savoir qui leur fait défaut. Cela doit se traduire par plus d'échanges avec la cliente pour l'informer, tout en continuant à faire des animations et en étant très présent sur Internet, qui est leur principale source d'informations ! ”



Roland Motte, expert en distribution Jardin et Animal de compagnie,

spécialisé dans l'analyse des tendances du jardinier amateur

“ Ce n'est pas une surprise que le chat arrive encore en tête dans le classement des animaux que les femmes souhaitent posséder, ce dernier étant moins excessif tout en étant plus facile à vivre, plus affectueux, plus indépendant, plus propre... Il touche à l'affecte tout en demandant moins de gestion. Tout comme pour le jardin idéal, il s'inscrit ainsi dans un univers d'affection et de « cocooning sentimental »... Les femmes rêvent d'une famille dans le jardin, et cela implique aussi la présence de l'animal qui en fait partie intégrante. La grande nouveauté qui ressort de cette étude, c'est l'arrivée de la poule en 3^{ème} position ! Ce résultat est le fruit d'un phénomène de mode, d'une tendance qui se développe, et cela même en ville ! Les magasins ne doivent pas passer à côté de cette tendance, en jouant sur le côté « collection » avec des spécimens rares ou originaux car il y a un vrai marché ! ”

Roland Motte, expert en distribution Jardin et Animal de compagnie,
spécialisé dans l'analyse des tendances du jardinier amateur

“ Contrairement au chat, déjà domestiqué, posséder une poule (balcon) ou plusieurs (jardin) chez soi symbolise le vrai retour de la nature dans les villes. Mais c'est une nature apprivoisée par les femmes, qui éviteront de la manger (ne pas faire de peine aux enfants !), pour récolter des œufs et se réjouir de voir se métamorphoser leur habitat urbain. Si les poissons ont moins la cote (cf. résultats de l'étude), c'est qu'ils apportent moins de sensorialité et de proximité, tout en nécessitant des soins et un nourrissage proche de la contrainte, dont on sait que les femmes en veulent le moins possible. Mais le poisson répond aussi à un besoin de détente, de calme, d'esthétique. Là encore, les enfants peuvent s'en occuper et s'y attacher. Les animaux dont s'occuperont les enfants sont plébiscités (hamster par ex.), comme système éducatif de responsabilité et comme plaisir. À remarquer : si le choix d'un animal est souvent lié à un coup de cœur plutôt qu'à un choix raisonné, c'est souvent une décision prise par la femme, car elle est consciente que c'est elle qui va devoir s'en occuper au quotidien, l'éduquer, bien le nourrir, le soigner... comme une mère ! Outre la notion d'affect, on peut y voir un certain anthropomorphisme, l'animal étant considéré, comme le confirme cette étude pour plus de la moitié d'entre elles, comme un membre à part entière de la famille. ”

Danielle Rapoport, Psychosociologue,

Directrice de DRC, cabinet d'études des modes de vie et de la consommation

LES FEMMES ET LEURS ANIMAUX : UNE GRANDE HISTOIRE D'AMOUR



84,1%
DES FRANÇAISES
ONT OU AIMERAIENT AVOIR
UN ANIMAL CHEZ ELLES

Le chat arrive toujours en tête du podium (48,8 %), devant le chien (43,1 %). Et grande nouveauté... **La poule arrive en 3^e position** des animaux possédés ou souhaités, confirmant la tendance en magasin !

Au top 20 des qualités attendues pour leur animal idéal, arrivent en tête : affectueux, propre, sociable, fidèle, obéissant, adapté aux enfants, calme, intelligent, joueur et facile à entretenir. Chez les hommes, les 3 premiers critères attendus sont affectueux, fidèle et propre.



81,1%
DES FEMMES

aiment surtout jouer et/ou caresser leur animal.



Au sein du foyer, les **femmes** sont plus souvent **décisionnaires** que les hommes dans les achats de **produits pour les animaux de compagnie** (63,56 % contre 28,45 %).

63%
DES ANIMAUX
ONT ÉTÉ CHOISIS SUR
UN COUP DE CŒUR

Entre la femme et l'animal, l'histoire démarre par un coup de foudre ! Ce qui explique que leur 1^{er} frein à l'acquisition d'un animal est le chagrin en cas de décès (48,7 %), tandis que chez les hommes, c'est la garde pendant les week-end et les vacances (41 %).

20,4 % d'entre-elles aimeraient trouver dans leur jardinerie/animalerie un **espace conseil vétérinaire**, 16,3 % des **cours sur les animaux**, 13% un **parc animalier**, 11,9 % un **espace toiletteage**, et 11,3 % un **service de garde** d'animaux.

20,4%
DES FEMMES

aimeraient trouver dans leur jardinerie/animalerie un espace conseil vétérinaire 16,3 % des cours sur les animaux, 13% un parc animalier, 11,9 % un espace toiletteage, et 11,3 % un service de garde d'animaux.

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Commandez dès à présent nos deux études* complètes (« le jardin et l'animal de compagnie idéal » et l'étude « Shopper ») avec tous les résultats détaillés

Bon de commande

A compléter et à renvoyer par mail à evenements@womensgardenexecutiveclub.com

Nom : Prénom :
Société :
Adresse :
Code Postal : Ville :
Téléphone :

Oui, je commande l'Etude WGEC – Toluna « La vraie Nature des femmes enfin dévoilée »

TARIF GÉNÉRAL

- 490 € HT (588 € TTC) , prix de lancement à saisir en mai-juin 2014
- 790 € HT (948 € TTC) à partir de juillet 2014

Incluant

- Une présentation PowerPoint
- Des tableaux détaillés Excel
- Un lien vers des bases de données TolunaAnalytics permettant d'obtenir des tris croisés complémentaires (résultats globaux France entière, tris par sexe, âge et autres profils socio-démographiques) jusqu'en juin 2015.

TARIF ADHÉRENTES WGEC

- Inclus dans mon adhésion : une présentation Power Point et les tableaux Excel détaillés
- 150 € HT (180 € TTC) , tarif privilégié pour les adhérentes incluant :
Un lien vers des bases de données TolunaAnalytics permettant d'obtenir des tris croisés complémentaires (résultats globaux France entière, tris par sexe, âge et autres profils socio-démographiques) jusqu'en juin 2015.
- Je joins un cheque de € TTC à l'ordre du Women's Garden Executive Club
- J'enverrais mon paiement à réception de la facture

CONTACTS

Valérie Langendorff

v.langendorff@womensgardenexecutiveclub.com
Tél. : +33 (0)6 71 91 29 28

Laure Lebigre

evenements@womensgardenexecutiveclub.com
Tél. : +33 (0)6 82 58 59 21



www.womensgardenexecutiveclub.com

En savoir plus sur le Women's Garden Executive Club

Le Women's Garden Executive Club est une association régie par la loi 1901 rassemblant toutes les femmes ayant un poste à responsabilité au sein des filières jardin et animaux de compagnie. Son rôle ? Aider les acteurs de ces marchés à développer une offre et des services leur permettant de mieux interpellier, séduire et choyer 70 % de leur clientèle à savoir : les femmes !

Crédits : Bertrand BRUYELLE, conception graphique du logo WGEC