

# Le marché du végétal décroche !

*5 pistes pour renverser la tendance*



**ginestet conseil**

Stratégie d'entreprise & Communication

**Francis Ginestet**

+33 6 8777 3584

**francis.ginestet@gmail.com**

# Quantifier et qualifier ce décrochage

**Combien ?**

2% 4% 5% 7%

**Pourquoi ?**

Raisons EXOGÈNES

Raisons ENDOGÈNES



# Des raisons exogènes

- La diminution du pouvoir d'achat « disponible » des particuliers (et des ressources des collectivités).
- La concurrence croissante des autres secteurs.
- La rapide et brusque mutation des consommateurs : nouvelles attentes et de nouvelles attitudes.

➔ Modèle « pavillon avec jardin devant & jardin derrière.

➔ Micro jardin et jardin sur balcon ou terrasse.



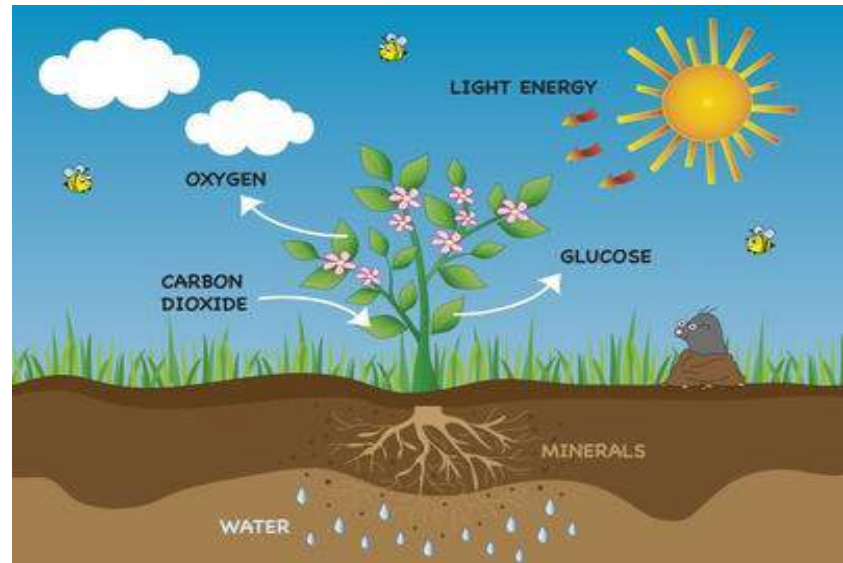
# ... micro jardin et jardin sur balcon ou terrasse



# Des raisons endogènes...

Le végétal : un être vivant **complexe**.

Le jardinage : une activité technique **complexe** et contraignante aux résultats aléatoires.



***Cette complexité fait que l'on est plus dans un bien culturel qu'un bien de consommation courante.***

***Un bien culturel exige des connaissances et un accompagnement pour être accessible.***

Objectif :  
faciliter cette accessibilité  
*de l'envie*  
*au*  
*passage à l'acte.*



# Pour faciliter le passage à l'acte

- 1 – Sectoriser l'offre selon **les fonctions et les usages**
- 2 – Accompagner l'offre par **l'innovation service**
- 3 – Enrichir l'offre par des **innovations «utiles»**
- 4 – Organiser une nouvelle **communication globale**
- 5 – Contrôler et argumenter **les prix** à la consommation



# 1 - Sectoriser l'offre selon les fonctions et les usages

*Relier clairement une offre à un usage, une fonction.*

- Jardinage d'aménagement, d'investissement.
- Jardinage de saison à effet déco immédiat.
- Jardinage urbain en hors sol et en intérieur.
- Jardinage collaboratif, pédagogique, thérapeutique.
- Gamme végétale « bien être ».
- Gamme végétale « collection ».





# Jardinage d'aménagement, d'investissement

**Des végétaux pour**

- améliorer le cadre de vie
- donner de la valeur à un patrimoine.

*Végétaux structurants :*

*plantes de haies, arbres d'ombrage, fruitiers, rosiers, arbustes, bassin + plantes aquatiques...*

- Conseils & services : plan de jardin, transport, plantation, arrosage automatique...
- Croisement des métiers : commerce, architecte paysagiste et repreneur du paysage.



# Jardinage de saison à effet déco immédiat

**Des végétaux plantés « prêts à poser » pour une effet immédiat.**

Communication et présentation événementielle

Offre promotionnelle à prix attractifs

Offre premium de végétaux développés et prêts à planter

Offre premium d'associations végétales

Rapprochement commerce et designer de jardin.



# Jardinage urbain en hors sol et en intérieur

Des végétaux pour la pièce à vivre en extérieur ou pour l'intérieur.

- *Une association de fournitures adaptées et de conseils ++*
- *Une gamme végétale sélectionnée*
- *Matériels : support de culture (bac et poteries), arrosage automatique, domotique jardin...*
- *Fournitures adaptées : substrat, engrais, paillage...*
- *Services : du simple conseil au coaching personnalisé*
- *Création d'une communauté : programme d'animations, blog*



# ... jardinage urbain en intérieur



# Jardinage collaboratif, pédagogique, thérapeutique

Le jardin et le jardinage comme support d'échanges et de vivre ensemble.

*Jardins partagés, jardins d'écoles, jardins de réinsertion, Jardins thérapeutiques (centres de santé, maison de retraite...).*



## Gammes végétales « bien être »

La gourmandise : légumes / fruitiers et petits fruits  
« fruits et légumes bio et fun sous la main... »

Les arômes : aromatiques  
et condimentaires

Les parfums

La santé : tisanes et plantes  
médicinales

Les répulsifs (moustiques)



# Gammes végétales « collection »

**Rosiers**  
**Agrumes**  
**Fruitiers**  
**Fuchsias**  
**Orchidées**  
**Hortensias**  
**Vivaces**  
...



Chacune de ces offres  
reliée à un usage / fonction devient

**Pour le producteur** : une gamme  
accompagnée d'une information :  
*dialogue et supports d'information pour le vendeur et le consommateur*

**Pour le commerce** :

- un évènement
- un thème de théâtralisation
- un sujet d'animation





## 2 - Accompagner l'offre par l'innovation service

*Pour donner envie / conseiller /aider à choisir / accompagner la réalisation du projet*

- Infos sur la gamme avec aide au choix
- Compétence et disponibilité du personnel
- Mises en scènes, démonstration, animations
- Communication produit sur tous les médias et supports : avant (web, trac, magazine, catalogue), pendant (ILV) et après (accès à des infos).
- Croisement commerce et paysage pour la conception, les plantations et l'entretien.



# Accompagner l'offre par des innovations «utiles»

## ***Fin de l'empilement des « nouveautés »***

*15 baptêmes de nouvelles variétés de roses, 30<sup>ème</sup> coloris de pétunia... et alors ?*

- Formes et couleurs en phase avec **les tendances déco** en intérieur et extérieur.
- Variétés **résistantes** aux maladies.
- Variétés au **développement réduit** pour petits jardins et culture hors sol (balcon, terrasse).
- **+ de sens** avec + de parfum, + de goût...
- Effet surprise...



# ... innovation «utile»

Jardin  
connecté



## 4 - Accompagner l'offre par une communication globale

- En réponse aux nouvelles attitudes / attentes / comportements et exigences des consommateurs.

*La recherche de sens et d'utilité*

*Le nouveau rapport à la nature*



## ... communication globale

**Pour lever le verrou de la perte de culture horticole**  
*Injecter des informations et des conseils pour aider à choisir, associer, planter et entretenir les végétaux.*

Tir croisé de supports  
(web, medias, infos magasin, infos sur le végétal)  
pour toucher le consommateur avant, pendant et après l'achat.



# 5 – Contrôler et argumenter les prix à la consommation

Une offre de + en + élaborée mais un prix « public » de + en + élevé pour les végétaux et les fournitures

*Des passages en caisse qui ne s'oublent pas.*

## **Contrôler**

le jardinage est devenu un loisir qui coûte cher.

Un sujet sensible... à débattre.

## **Argumenter**

- jardiner : un coût pour une activité « in situ » en famille
- planter : un investissement qui valorise le bien immobilier



# Merci de votre attention !



**ginestet conseil**

Stratégie d'entreprise & Communication

**Francis Ginestet**

+33 6 8777 3584

francis.ginestet@gmail.com

14 av. des Cévennes 34920 Le Crès

