

NATURE, JARDIN ET ANIMAUX DE COMPAGNIE :
L'ETUDE QUI VOUS DIT TOUT !



JUIN 2015



La vraie Nature des femmes en 2015

DÉCOUVREZ
LES LAURÉATS
DES TROPHÉES



Les adresses shopping préférées des femmes

Truffaut ♥♥♥
Jardiland ♥♥♥
Ikea ♥♥♥

Pour en savoir plus sur la vraie nature des femmes au jardin et avec leurs animaux de compagnie, le women's Garden Executive Club et Toluna ont interrogé plus de 3000 femmes : envie de nature, jardin, animal idéal, activités préférées au jardin, adresses shopping préférées... Elles se sont livrées en toute liberté. Décryptage !

PARTENAIRES OFFICIELS



A LIRE ABSOLUMENT

LES FRANÇAISES
SONT ACCROS
À LA NATURE !



LES
FRANÇAISES
ET LEURS
ANIMAUX :
**UNE VRAIE
HISTOIRE
D'AMOUR !**



LA SHOPPEUSE
JARDIN, ANIMAUX
VERSION 2015



**BOTANIC,
Trophée
ExcELLEnce Jardin**
« Pour flâner et
partager un bon
moment »

**JARDI LECLERC,
Trophée
ExcELLEnce Jardin**
« Pour faire
des économies »



En partenariat avec



LES FRANÇAISES ACCROS À LA NATURE !

Vive la nature en ville !

Lorsque l'on demande aux femmes quelles actions sont à leurs yeux les plus importantes pour la qualité de l'environnement en ville, elles sont 58,2 % à répondre « *augmenter les espaces verts, comme les squares, les parcs et les jardins* », plaçant ce critère à la troisième place. Une envie de vert qui se confirme en cinquième position puisque 39,4 % d'entre elles souhaitent également voir « plus de plantations partout ». Rues, toits, balcons... Le vert en ville pour contrer la pollution est de plus en plus plébiscité par les femmes.

Le jardin public idéal des Françaises ? Il foisonne de plantes et de fleurs (pour 69,8 % de femmes contre 62,1 % d'hommes) et est agréable à vivre, grâce à des bancs ou des chaises (64 %)... Plus nouveau, elles sont aussi 29,4 % à souhaiter y trouver des animaux, un chiffre en progression de 8,2 % par rapport aux résultats 2014.

Chez elles !

Comme en ville, le jardin de leurs rêves, mettrait les plantes et les fleurs à l'honneur, citées en deuxième position par 64,5 % des femmes mais aussi la pelouse (63,2 %). Mais c'est le potager qui remporte la mise : 64,6 % des françaises n'imaginent plus leur jardin sans un potager. Face à l'agitation de la vie extérieure, leur jardin idéal se doit en premier lieu, calme et reposant pour près de 3 femmes sur 4 (71,9 %), ensoleillé (62,5 %), fleuri (59,7 %),



aimeraient installer un système de récupération de l'eau dans leur jardin et 44 % voudraient faire leur propre compost à partir de leurs déchets ménagers.

rêvent d'un jardin facile à entretenir. Les fleurs et les plantes, mais pas les contraintes !



64,6%
DES FRANÇAISES
N'IMAGINENT PAS LEUR JARDIN SANS UN POTAGER

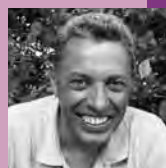
source de bien-être (58,6 %) et surtout convivial (51,8 %). Il serait également aménagé et confortable.

Une attitude toujours plus responsable ! Les femmes plus sensibilisées au respect de la planète ? C'est l'un des enseignements de cette étude : 53,5 % aimeraient installer un système de récupération de l'eau dans leur jardin (en hausse de 18 points par rapport à 2014), 44 % voudraient faire leur propre compost à partir de leurs déchets ménagers (en hausse de 16 points par rapport à 2014) et enfin, 51,1 % aimeraient y utiliser des produits naturels.

Un lieu de détente avant tout. Jardin ou terrasse... Les femmes veulent avant tout y 'prendre l'air' (58%) ou le soleil (55,9 %), s'y reposer (57,5 %) ou observer la nature (55,6%). S'occuper du jardin (planter, récolter, entretenir) n'arrive qu'en septième position. Enfin, la convivialité est aussi privilégiée : 67,7 % des femmes apprécient d'y partager un repas en famille ou entre amis (deuxième activité préférée au jardin), d'y montrer la nature aux enfants (24,3 %) ou encore d'y jouer ou d'y faire du sport (12,5 %).

Internet en hausse. La digital woman est bien réelle ! Les femmes passent de plus en plus de temps à chercher des infos sur internet avant de se rendre en magasin (48 %).

Le plaisir avant la technique ? Les femmes déclarent manquer de connaissance jardin : seulement 15,5 % s'estiment expertes ou initiées, contre 47 % de niveau 'amateur' (niveau moyen de connaissance) et 37,5 % 'débutantes'.



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

« Cette envie de retour à la nature conforte les résultats d'une récente étude publiée sur les jeunes, qui semblent de plus en plus intéressés par la nature. Mais attention, les femmes souhaitent avant tout une nature décorative : des rosiers mais sans épines, un jardin qui respire la biodiversité mais sans les bêtes qui vont avec, en bref, elles veulent une nature comme disciplinée, chez elles comme en ville (desir de bancs, d'allées...). L'explosion du potager n'est plus une tendance, c'est un vrai phénomène de société : tout le monde veut faire pousser ses aromatiques ou ses légumes, dans son jardin ou sa terrasse. Les plantes et fleurs sont également les grandes gagnantes du vote des femmes, avec une obligation de couleur et de 'prêt à l'emploi'. Elles n'achètent des plantes que si elles sont déjà en fleurs car elles fonctionnent beaucoup au coup de cœur. Leur jardin idéal est ensoleillé mais surtout calme pour se couper des agressions du monde extérieur : elles ont besoin de s'y créer un vrai cocon, pour accueillir leur famille ou leurs amis. Côté activités, un seul mot d'ordre : PROFITER. Mon mari s'occupe du jardin, moi j'en profite, je m'y repose, j'y mange en famille, j'y suis à l'abri. Adeptes du jardin plaisir, elles ne veulent pas de la partie 'labeur' : nettoyer, tondre la pelouse... autant de tâches qui ne suscitent pas l'enthousiasme ! »



LE POINT DE VUE de Benoit Ganem, président de Flora Nova et de l'association interprofessionnelle Val'hor

« Développer les espaces verts en ville ? Il s'agit d'un vrai besoin de nature et de chlorophylle, en ville comme au jardin. A travers les différents résultats, on dépeint la femme comme dans la sensibilité et l'émotion. Elle fonctionne au coup de cœur, elle est très sensible à l'éco-responsabilité, et pour elle, l'amabilité du personnel et l'ambiance du magasin sont plus importantes que l'ouverture du dimanche. On voit aussi, qu'elle se renseigne beaucoup sur le net, donc pour la faire venir en magasin, il faut que ce dernier soit un lieu de plaisir, voire de bien-être ! Intéressant : 71 % des femmes pensent que l'école doit initier les enfants au jardinage. Au premier abord, ce n'est pas le rôle de l'école mais nous voyons bien que les opérations 'Jardins à l'école' fonctionnent très bien, elles contribuent à 'fabriquer' les citoyens de demain. Enfin, en ce qui concerne son jardin idéal, elle veut une profusion de fleurs : on est bien dans le jardin 'poumon d'oxygène', un jardin luxuriant et ensoleillé qui contribue à l'apaisement et permet de lutter contre le stress... Quant à l'explosion du potager, elle veut savoir ce qu'elle a dans l'assiette. Du soleil, une bonne table, un endroit de partage, un potager... Voilà le tableau ! »





LES FRANÇAISES ET LEURS ANIMAUX : UNE VRAIE HISTOIRE D'AMOUR !

La française aime les animaux

79,9 % des femmes ont ou aimeraient avoir un animal domestique. Pour elles, les contraintes liées à la possession d'un animal sont le chagrin en cas de décès (48,2 %), la garde pendant le week-end ou les vacances (44,1 %), les dépenses d'entretien (31,3 %), un espace suffisant ou adapté (28,8 %), la disponibilité pour s'en occuper (22,9 %).

Une relation très forte avec l'animal...

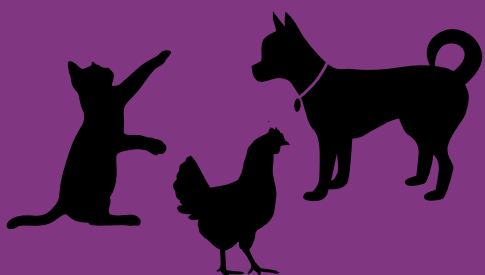
L'animal idéal est affectueux (55,2 %), fidèle (41 %), sociable (39,8 %), propre (37,9 %) et calme (29,1 %). Avec lui, elle aime : partager des jeux et des caresses (69,9 %), le retrouver en rentrant (51,7 %), se promener avec (41,8 %). Ce qu'elle aime le moins, c'est le faire garder (28,9 %) et le laver (23,6 %).



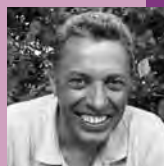
50,4%
DES FRANÇAISES
CONSIDÈRENT LEUR ANIMAL
COMME UN MEMBRE
DE LEUR FAMILLE

**Les 3 animaux qu'elle a
ou aimerait avoir chez elle :**
le chat (46,7%), le chien
(42,8%)... et la poule (23%) !

**Le hobby farming a le vent en
poupe puisqu'on constate que
les animaux du jardin sont en
nette progression : + 5 % pour
le lapin en un an, et + 4 % pour
la poule !**



Les femmes et les animaux



**LE POINT DE VUE
de Roland Motte**

« On le voit, les femmes aiment les animaux et leurs rapports avec eux ont fortement évolué ces 30 dernières années. Il y a 30 ans le chien avait un rôle utilitaire, il gardait la maison ou les vaches, maintenant, il est entré dans la maison, presque assis à table ! ; il mange des croquettes, a du dentifrice, etc ! Mais actuellement, avant le chien, c'est le chat qui arrive en tête des animaux préférés des Femmes (comme des hommes d'ailleurs). Simplement parce que les chats sont plus autonomes, on doit moins s'en occuper. C'est d'ailleurs ce qui explique en partie, le boom des 'poules' de compagnie qui arrivent en sixième position, et en forte progression. C'est le hobby farming, la ferme en ville : la poule mange les déchets, pond des œufs et ce sans que vous n'ayiez besoin de lui accorder beaucoup de soin. Vous pouvez même la laisser et partir en vacances, ce qui n'est pas le cas des chiens notamment. Il ressort d'ailleurs de l'étude que 28,4 % des françaises n'aiment pas faire garder leur animal, elles culpabilisent de le laisser, comme on pourrait avoir des remords de laisser son enfant ! En France, nous manquons d'ailleurs de solutions pour le soin des animaux : Aux Etats-Unis, les services de gardiennage sont beaucoup plus développés, avec des hôtels pour animaux, des garderies... Cela viendra sans doute en France... »



**Le chat,
l'animal
préféréd
des femmes !**





LA SHOPPEUSE JARDIN, ANIMAUX VERSION 2015

Les clients jardin... sont souvent des clientes !

81,7 % des femmes font des achats Jardin (plantes, entretien, mobilier...) dans l'année. 69,3 % d'entre elles sont les principales acheteuses de plantes dans leur foyer.

Soif d'inspiration

Aller dans un magasin ou un rayon Jardin est un plaisir pour 71,1 % des femmes. Avant de se rendre en magasin, 61,2 % préparent leur visite en faisant des recherches mais elles profitent de leur visite pour trouver des idées (51,8 %), ce qui conduit à des coups de cœur fréquents (52,3 % de leurs derniers achats).

Les services qu'elles aimeraient trouver en magasin

1. Un espace conseil Jardinier/
Paysagiste pour 22,1 %. Certains
magasins commencent à en proposer,
mais ce n'est pas généralisé.
2. Un espace conseil Vétérinaire
pour 20,6 %.
- 3, 4 et 5. Des cours de Jardinage
(19,8 %), de déco ou loisirs créatifs
(16,2 %) et d'entretien soin des animaux
(14,3 %). Un Plus que la plupart des
enseignes proposent.



81,7%

DES FEMMES

FONT DES ACHATS JARDIN
(PLANTES, ENTRETIEN,
MOBILIER...) DANS L'ANNÉE

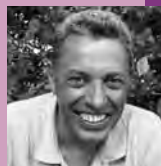


Lorsqu'elle achète une plante, elle tient compte :

1. du prix
2. de son aspect, sa forme
3. de sa couleur
4. de sa facilité d'entretien
5. de sa résistance



Les femmes et les magasins



LE POINT DE VUE
de Roland Motte

« Ce que les femmes attendent des jardineries ? Qu'elles les surprennent. Elles cherchent des idées (52 %), et surtout l'effet 'waouh'. Pas la peine de leur proposer des plantes en racines nues à l'automne ! Elles ne les achèteront pas. C'est l'exemple du forsythia, une plante très en vogue, il y a 20 ans, qui maintenant ne se vend que lorsqu'il est en fleurs. Si la femme cherche de plus en plus d'idées sur internet, c'est qu'en magasin, le discours est souvent technique, ce qui correspond plus aux attentes des hommes, qui eux cherchent des conseils. Les femmes, elles attendent des idées de déco, du rêve, des choses faciles à faire, elles n'ont que faire de la technique, d'ailleurs elles avouent être débutantes à 37,5 % ! Elles veulent décorer leur jardin, se préparer un environnement douillet. Comme 69 % d'entre elles sont les principales acheteuses de plantes du foyer, les plantes ont intérêt à être décos : le traditionnel pot noir est dépassé, même les contenants doivent être esthétiques, pour susciter le coup de cœur (52 %). Elles restent néanmoins attentives au prix (premier critère d'achat), enfin, je crois qu'on doit surtout parler de rapport qualité prix, la plante ou le produit doivent être agréables à regarder mais elles en veulent aussi pour leur argent. Dans la lignée du jardin plaisir, les plantes doivent aussi être faciles d'entretien, plus résistantes aux maladies (elles ont de moins en moins envie d'utiliser des produits 'agressifs'). Fort logiquement, elles déclarent ressentir du plaisir à se rendre en jardinerie. Les jardinerie ont pour atout de proposer des produits colorés et agréables à voir ; pour séduire les femmes, les magasins doivent travailler leurs mises en scène, leur proposer de jolies ambiances qui leur donneront à coup sûr l'envie d'acheter ! Elles aimeraient aussi plus de services : des vétérinaires (ce qui est interdit par la loi), un espace conseil Jardinier/paysagiste : cela, certains magasins le font déjà, pour répondre à cette tendance, avec des personnes qui réalisent des 'plans minute' ou d'autres qui se positionnent en véritables 'décorateurs végétaux' : mais cela demande un engagement des jardinerie... »



LE POINT DE VUE
de Benoit Ganem

« Les femmes sont plus présentes que les hommes en magasins jardin, ce n'est pas étonnant, la déco est souvent une affaire de femmes. Et les magasins doivent en tenir compte pour les séduire : ils se trompent s'ils partent seulement sur l'axe 'prix', ils doivent faire de leurs magasins des lieux de plaisir, qui 'transpirent l'émotion'. Fournisseurs comme distributeurs ont également intérêt à rendre le jardin le plus accessible possible avec des produits facilitant (tondeuses robot, outils ergonomiques...) pour contribuer à donner des points de repères aux clientes qui avouent être de moins en moins expertes. Cours de jardinage, services... Il faut veiller à bien partager le savoir, déculpabiliser la cliente qui ne doit pas avoir peur de l'échec. »



VOTÉ... ET APPROUVÉ PAR LES FEMMES !

Dans la prolongation de la partie 'Shopper' de notre étude 'La vraie Nature des femmes', nous avons interrogé plus de 3000 acheteuses de produits de jardin sur leurs principaux lieux d'achats. Les femmes ont ensuite indiqué ce qu'elles aimaient dans leurs lieux d'achat sur une liste de 21 critères que nous avons regroupés en 5 grands besoins 'trouver des idées & solutions', 'gagner du temps', 'flâner & partager un bon moment', 'être guidée dans mes Achats', 'faire des économies'... Comptabilisées, ces réponses nous ont permis de décerner ces nouveaux trophées.

Voici les enseignes préférées des femmes sur les 21 critères !

Comme les femmes parlent avec leur cœur, nous avons décidé de signifier ce classement grâce à un système de cœurs pleins ou vides ! Plus le lauréat a de cœurs pleins (jusqu'à 3), plus les femmes l'ont plébiscité.

LES LAURÉATS SONT :

Truffaut ♥♥♥, Jardiland ♥♥♥, Ikea ♥♥♥

ET PAR THÉMATIQUE :

ExcELLEnce Jardin

Pour trouver des idées & solutions :

Truffaut ♥♥♥, Botanic ♥♥♥, Jardiland ♥♥♥

ExcELLEnce Jardin

Pour être guidée dans mes Achats :

Jardiland ♥♥♥, Botanic ♥♥♥, Truffaut ♥♥♥

ExcELLEnce Jardin

Pour flâner & partager un bon moment :

Botanic ♥♥♥, Truffaut ♥♥♥, Villa Verde/Vilmorin ♥♥♥

ExcELLEnce Jardin

Pour gagner du temps :

Truffaut ♥♥♥, Bricomarché ♥♥♥, Jardiland ♥♥♥

ExcELLEnce Jardin

Pour faire des économies :

Leclerc/Jardi-Leclerc ♥♥♥, Lidl ♥♥♥, Ikea ♥♥♥



FEMMES, ON VOUS AIME !

Truffaut, chouchou des femmes pour leurs achats jardin ? Les françaises viennent de désigner l'enseigne comme leur préférée pour leurs achats de produits jardin.

Pourquoi les femmes aiment-elles tant venir chez Truffaut ? Pour trouver des idées et gagner du temps. Il faut dire que l'enseigne fait tout pour les séduire grâce à son offre savamment mise en scène. Comme dans la mode, elle travaille notamment avec des stylistes qui établissent des carnets de tendances afin de déterminer des thématiques dans l'air du temps : Opération 'douceur de printemps' pour surfer sur la tendance pastel qui nous vient des pays scandinaves, ou encore 'Fusion estivale' avec une majorité de tons chauds et vifs... la cliente qui pousse la porte d'un magasin Truffaut va y trouver non pas un produit mais des solutions et des idées : un beau végétal, le pot adapté, les outils, la terre... L'offre est théâtralisée et déclinée par couleurs et les produits sont associés pour qu'il lui devienne très facile de se projeter chez elle.

A la pêche aux nouveautés

Très sensibles à l'innovation, les femmes apprécient de trouver des nouveautés chez Truffaut. Pour satisfaire cette demande, l'enseigne vient d'ailleurs de lancer 'Le mois de l'innovation végétale', un événement inédit qui met en avant une quarantaine d'espèces et de variétés nouvelles. Objectif ? Etonner ses clientes (et clients !) en traquant les nouveautés variétales, résistantes aux maladies, plus parfumées, faciles à vivre. Avec des 'fraises framboises', un allium comestible ou encore une plante dont les feuilles ont une étonnante saveur d'huitre...en avril, les magasins Truffaut étaient plus que jamais placés sous le signe de l'innovation, des innovations expliquées par leurs équipes de vendeurs conseil. « Les femmes sont toujours en quête de gain de temps, confirme t-on chez Truffaut. De nombreuses clientes commencent par regarder nos produits sur internet, elles peuvent même les réserver mais ensuite, elles aiment se rendre en magasin pour se faire conseiller par un vendeur. Il y a toujours quelqu'un à l'entrée de nos magasins comme dans nos rayons pour répondre à leurs questions ».

Plaisir de flâner...

Des produits par centaines, des scénographies qui donnent des idées, des nouveautés... Tout est fait pour que la cliente passe un bon moment au sein du magasin. Même l'ambiance sonore y participe, avec une programmation musicale associée aux différents thèmes : de la musique douce pour le thème pastel, de la samba ! pour le thème Fusion estivale, l'ambiance est peaufinée dans les moindres détails !

Chez Truffaut,
les femmes apprécient
les nouveautés



LE POINT DE VUE
de Bruno Lanthier,
PDG de Truffaut



Une récompense qui touche l'enseigne...

« Nous sommes évidemment très satisfaits de ce résultat. Nous faisons en sorte d'être toujours à l'écoute de nos clients, mais nous n'avons pas d'approche spécifique concernant la façon dont les femmes nous percevaient. Or, rappelons que 70 % des porteurs de notre carte de fidélité sont des femmes et qu'elles sont majoritairement prescriptrices dans nos magasins. »

Les femmes ont peu de connaissance jardin ?

« Il s'agit sans doute en partie de modestie féminine, elles apprennent plus vite que les hommes ! Mais il est vrai en revanche, qu'elles sont très attirées par tout ce qui facilite l'acte d'achat, et aussi de plus en plus en phase avec l'écologie. On voit bien dans les résultats émerger une demande croissante pour tout ce qui tourne autour de la récupération d'eau, du compost... A ce propos, nous venons de sortir une nouvelle encyclopédie écologique, et nous faisons en sorte de proposer de nombreux produits qui concourent à un jardinage plus naturel. Nous cherchons en fait à identifier toutes les nouvelles pratiques pour les intégrer à notre offre, comme la tendance au poulailler. Il faut être à l'affût des tendances. »

Créer un lien émotionnel avec nos clientes...

« Nous organisons de nombreux événements, dont certains sont dédiés aux femmes : ainsi certains de nos magasins participent aux 'ladies night', des soirées durant lesquelles elles sont nos invitées de marque, pour leur shopping à prix préférentiel ou des animations. Nous misons aussi largement sur les ateliers pratiques, et ce sont souvent les femmes qui y participent notamment en termes de déco ou de loisir créatif... »





ExcELLEnce Jardin
Pour trouver des idées & solutions :
Truffaut - 1^{er}

ExcELLEnce Jardin
Pour gagner du temps :
Truffaut - 1^{er}

ExcELLEnce Jardin
Pour flâner & partager un bon moment :
Truffaut - 2^e

ExcELLEnce Jardin
Pour être guidée dans mes Achats :
Truffaut - 3^e

ELLE TÉMOIGNE...

« J'aime l'enseigne, car on y trouve un grand choix de produits et qu'ils sont bien présentés : je fréquente le magasin de Plan de Campagne, et la pépinière notamment est magnifique, on a plaisir à s'y balader. De plus, les vendeurs sont de très bon conseil, ils prennent le temps de nous renseigner. J'y vais dès que j'ai besoin de végétaux ou de pots pour mon jardin. Même si j'habite près de la Mer à Marseille, le jardin est très important pour moi : je préfère le vert à la mer, cela me détend et me rend zen. »

Sandrine,
cliente Truffaut dans le Sud-Est



DES JARDINERIES 'INSPIRATIONNELLES'

Jardiland deuxième enseignée préférée des femmes ? Un résultat que l'enseignée doit avant tout à la relation privilégiée qu'elle cultive avec ses clients...

L'une des forces de Jardiland selon les acheteuses de produits de jardin? Ses vendeurs présents en magasins pour 'les guider dans leurs achats'. Une notion de conseil qui prend tout son sens dans le nouveau concept magasin que vient de développer Jardiland : « *Le premier élément du commerce, c'est la relation*, explique Vincent Avignon, directeur des opérations du groupe Jardiland. *Dans ce nouveau concept, nous misons avant tout sur la relation entre nos vendeurs et nos clients, avec toujours plus d'empathie. Nos équipes sont formées pour devenir expertes, mais aussi pour transmettre leur passion avec des mots simples.* »

Créer une atmosphère féminine !

Pour inviter le client à la découverte, ce nouveau concept de magasin, 'inspirationnel' met en scène des espaces de vie, avec des associations d'idées, un croisement des styles, la transversalité des couleurs dans tous les univers. Voilà qui devrait parler aux femmes qui aiment beaucoup flâner dans les rayons : « *dans notre secteur d'activité, l'ambiance olfactive est omniprésente puisque nous vendons des fleurs !* », poursuit Vincent Avignon. En tant que spécialiste du végétal, cela sent toujours bon ! Nous avons également un rayon senteurs dans nos magasins. Ambiance florale, éclairage propice à la détente, musique de fond zen... Rien n'est laissé au hasard ! « *Créer une atmosphère féminine est indispensable, nous avons mené une enquête de 6000 clients dont 3500 étaient des femmes, nous essayons chaque jour de retranscrire en magasin les messages qu'elles nous transmettent... et d'avoir des magasins à leur image.* »



Ce que les femmes aiment chez Jardiland, commenté par Vincent Avignon :

1. La diversité des produits

« *Le choix, La qualité du choix et non pas l'embaras du choix.* »

2. Le rapport qualité prix

« *Des produits à tous les prix pour toutes les envies.* »

3. La diversité des rayons (décoration)

« *En cohérence avec la mode et les tendances.* »

4. La facilité à venir

« *Notre force, nos 200 magasins !* »

5. Les promotions

« *Nous avons tout au long de l'année un plan d'action commercial qui permet de dynamiser l'offre dans nos magasins.* »



ExcELLEnce Jardin
Pour être guidée dans mes Achats :
Jardiland - 1^{er}

ExcELLEnce Jardin
Pour trouver des idées & solutions :
Jardiland - 3^e

ExcELLEnce Jardin
Pour gagner du temps :
Jardiland - 3^e

ELLE TÉMOIGNE...

« *Dans ce beau magasin, très bien achalandé, je trouve qu'il y a un vrai choix (avec de nombreux produits déco) et des produits de qualité. J'ai un chat et j'aime aussi le bel espace animalerie. Même si j'ai un très bon niveau de jardin, il m'arrive d'avoir besoin de conseil et les vendeurs sont serviables et compétents. Je suis passionnée de jardin, j'y suis régulièrement pour m'en occuper, notamment en cette saison.* »

Nathalie,
cliente de Jardiland dans le Nord-Ouest



SE FAIRE PLAISIR SOUVENT !

L'enseigne suédoise a su conquérir les femmes ! Si ces dernières aiment Ikéa pour leurs achats maison...il ressort de cette étude qu'elles placent aussi l'enseigne sur la troisième marche du podium, pour leurs achats jardin.

Depuis quelques années, le jardin/balcon/terrasse a pris ses quartiers dans les magasins Ikéa, comme une continuité de la maison. L'enseigne a fortement développé son assortiment avec notamment une gamme de mobilier désormais vendue toute l'année. Et selon notre étude, les clientes apprécient tout particulièrement, le bon rapport qualité prix d'Ikéa. A la grande satisfaction de Pierre Villeneuve, Directeur de la Relation Client IKEA France : « Chez Ikéa, nous cherchons à améliorer le quotidien du plus grand nombre, en partant du principe qu'il faut être abordable en prix, et ce tous les jours de l'année, mais jamais au détriment de la qualité. La cliente doit pouvoir se faire plaisir, pour renouveler souvent son extérieur ou faire entrer la nature dans la maison. »

Susciter le rêve...

Et si, l'offre des magasins Ikéa n'a pas forcément vocation à rivaliser avec celle des spécialistes, celle-ci est en revanche parfaitement adaptée à la demande de chacun. En effet, chaque année, l'enseigne mène 500 'home visit' et se déplace chez des particuliers pour identifier leurs besoins. Objectif ? Etre en mesure de proposer des solutions d'aménagement adaptées à chaque région. Reste ensuite à susciter l'achat coup de coeur, mais cela c'est l'une des forces historiques d'Ikéa, qui a toujours mis en situation des intérieurs ou des extérieurs et scénarisé les produits avec des ambiances par couleurs et de beaux décors. « Nous essayons de toucher les femmes en plein coeur, mais sans oublier la raison pour leur offrir un moment agréable et plaisant en magasin. »

Ce que les femmes aiment chez Ikéa :

1. Le rapport qualité prix.
2. Les promotions.
3. La diversité des produits.
4. La diversité des rayons (décoration).
5. L'agencement/ ambiance du magasin, site.

LE POINT DE VUE
de Pierre Villeneuve



La sensibilisation accrue des femmes en faveur du respect de la planète ?

« Chez IKEA, nous avons développé une gamme de produits bio, et surtout nous faisons tout pour avoir un impact positif sur la planète : 70 % de nos besoins en énergie sont d'ailleurs couverts par notre production (éoliennes, panneaux solaires sur les magasins...). »



ExcELLEnce Jardin
Pour faire des économies :
Ikea - 3^e



ELLE TÉMOIGNE...

« J'aime l'esprit Suédois d'Ikéa !, un esprit ouvert, à l'inverse de l'esprit français ! Pour ma terrasse en Ile de France, ou ma maison de campagne, j'y trouve souvent des plantes qu'on ne trouve pas ailleurs, et beaucoup moins chères qu'en magasin spécialisé. Ainsi, j'ai acheté une superbe orchidée en novembre à seulement 9 euros (j'en ai vu ailleurs à 18) et elle est encore fleurie. Globalement, ils ont de très jolies choses, et j'apprécie aussi leur côté éthique ou bio. Je sais d'où viennent les produits et qu'ils n'ont pas été fabriqués par des enfants. »

Isabelle,
cliente Ikea en région Ile de France

DES JARDINERIES CONVIVIALES !



Les femmes plébiscitent botanic en appréciant notamment de 'flâner et partager un bon moment' dans les magasins de l'enseigne. Réaction d'Anne-Laure Meyer, directrice marketing, communication et e-commerce botanic.



« Occuper la 1^{ère} place auprès des femmes sur le fait de flâner et partager un bon moment, est très rassurant pour nous car avec nos équipes, nous avons beaucoup travaillé sur la convivialité. Nos vendeurs régulièrement formés, ont à cœur d'être aimables, de bien renseigner le client et de lui donner des idées : les clientes arrivent avec la volonté de 'décorer leur balcon', il faut leur proposer les bons végétaux et les produits associés. Beaucoup ont aussi besoin d'être guidées pour jardiner au naturel : nous leur montrons des gestes simples et leur proposons des solutions alternatives aux pesticides... Nos mises en scène en magasin sont aussi là pour leur donner des idées : pour ce faire, nous travaillons avec un designer végétal qui conçoit des scénettes, réalisées en magasins et relayées sur nos catalogues et notre site. Dans cette étude, les femmes, mettent en avant la diversité de nos produits : c'est l'une de nos forces, avec les végétaux, l'offre potager bio, mais aussi l'animalerie, le mobilier, la déco, les marchés bio... Enfin, elles aiment trouver chez nous un bon rapport qualité prix : dans cette notion, il y a le prix, avec notamment des journées club très prisées pour faire ses achats avec -15 % de remise, mais il y a surtout la notion de qualité, primordiale pour nous : ainsi, nous faisons très attention à la qualité et à l'origine de nos produits, c'est pour cela que nous avons développé le bouquet de garantie Botanic, avec par exemple des orchidées certifiées mps dont nous assurons la floraison pendant 45 jours. »



ELLE TÉMOIGNE...

« J'y trouve le principal, cela me suffit car je n'ai qu'un balcon à fleurir, je n'ai pas besoin de gros matériel. C'est très pratique car j'achète mes plantes en même temps que je fais mes courses. J'apprécie aussi les nombreuses promotions, les prix sont beaucoup plus élevés en magasins spécialisés. La verdure m'évoque le bien-être, même si je n'ai qu'un balcon, il est très important pour moi qu'il soit bien fleuri, avec des herbes aromatiques que je fais pousser et utilise pour cuisiner. Si j'en avais la possibilité, j'aimerais beaucoup avoir un jardin... »

Joëlle,
cliente Leclerc dans le Sud-Est

Leclerc et Jardi Leclerc

LES FEMMES PLÉBISCITENT LE RAPPORT QUALITÉ/PRIX !

Flours, plantes, pots et même déco, Leclerc et Jardi Leclerc, sont avant tout plébiscitées pour leur excellent rapport qualité prix de même que pour le choix que les femmes peuvent y trouver (notamment au sein des magasins Jardi Leclerc). Pour Roselyne, cliente de Jardi Leclerc dans le Nord Est, c'est même l'argument principal, qui la pousse à fréquenter ce magasin : « J'apprécie les prix très raisonnables, les produits sont beaucoup moins chers qu'ailleurs. J'y achète des fleurs, des plantes et comme je ne suis pas très experte en jardin, j'ai besoin d'être conseillée par les vendeurs, qui sont bien présents en magasin. Le fait que ce magasin soit près de chez moi, mais aussi le choix me séduisent aussi. »



ELLE TÉMOIGNE...

« On y trouve de tout et à un prix correct. Je suis aussi très sensible à la décoration et à l'agencement du magasin et pour moi, c'est aussi un lieu de balade : j'y vais souvent, parfois, je n'achète rien, parfois, je craque pour les nouveautés ou les promos. Je fonctionne beaucoup au coup de cœur... »

Valérie,
cliente de Botanic
dans le Sud-Est



EN SAVOIR PLUS SUR LE

Women's Garden



Executive Club

*Le réseau féminin
au service du marché
du jardin*

NOS ACTIONS ET ÉVÈNEMENTS

<p>Ladies NIGHT 2015</p> <p>le 12 novembre 2015 en Jardineries</p>	<p>Les labels :</p> <p>le 13 janvier 2016 Tenue du jury</p>	<p>Nos prochaines Commissions de travail :</p> <ul style="list-style-type: none">• 30 juin 2015• 10 septembre 2015• 16 octobre 2015
<p>L'AUDACE</p> <p>le 16 février 2016 à 19h au Salon du Végétal</p>	<p>« Le rosier Women's Club »</p> <p>Elles vont toutes adorer</p>	<p>Le jardin à l'art</p> <p>Notre grand projet 2015</p>
<p>Les labels :</p> <p>le 8 mars 2016 à Paris Cérémonie</p>	<p>NOS OBJECTIFS</p> <p>Favoriser la féminisation des offres et des services de nos filières jardin et animal de compagnie.</p> <p>Développer les échanges entre les femmes travaillant dans nos univers et créer une dynamique de réseau.</p> <p>Promouvoir nos univers et ses acteurs dans leur ensemble.</p>	<p>Les trophées :</p> <p>en juin 2016 à Jardins, jardin Une étude WGECE Toluna</p>

CRÉDIT : BERTINARD BRIVELLE, COORDINATION ÉDITORIALE DES LOGOS WGECE

Women's Garden Executive Club

26 rue George Lenôtre - 78120 Rambouillet

www.womensgardenexecutiveclub.com - info@womensgardenexecutiveclub.com

Linkedin <http://www.linkedin.com/groups/Womens-Garden-Executive-Club-4483472/about>

Twitter <https://twitter.com/WGECE1>

Aimez-nous sur Facebook ! <https://www.facebook.com/pages/Womens-garden-executive-club/1381872138777936>

Contact Presse : Fabienne Jarry - evenements@womensgardenexecutiveclub.com - 06 77 13 36 53

Les visuels du communiqué et les photos de la cérémonie sont téléchargeables à partir du lien suivant :
<https://www.dropbox.com/sh/p3g1tuq6pj5aohr/AABu8U1PZjCyyajydZsAzT7sa?dl=0>