

Enquête Toluna™

« Le Jardin facile »

pour l'Institut des Sens et de la Couleur au Jardin
et le Salon du Végétal

Synthèse de la conférence du 20/06/2017 présentée par
Roland MOTTE, Société RMJ,
Président de l'Institut des Sens et de la Couleur au Jardin

INSTITUT
des **SENS** et de la
couleur
au
JARDIN

Salon
du
Végétal

Toluna™
In touch with people

FAS/LA
JARDINER
Salon
du
égétal
PRÉMIER 2021 INVENTIONS LE VÉGÉTAL FACILE

LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE*

en
10
points

1

61% des Français déclarent qu'un jardin facile est, pour eux, lié à des plantes et du matériel faciles à utiliser et entretenir. Le choix des bonnes espèces et équipement est primordial. Les Français ne rejettent pas le fait d'entretenir ou dépenser pour leur jardin. Pour les « professionnels » du végétal au contraire, seulement 4% indiquent que le choix des plantes et du matériel facile débouche sur un jardin facile.

2

77% des Français considèrent que la facilité est un critère important dans le jardinage, contre 20% qui se focalisent sur d'autres critères et 3% sans opinion.

3

Pour les consommateurs, une **plante facile** est d'abord **résistante aux maladies et au froid** (48% de citations chacun), **qui fleurit facilement et peut être placée partout** (47% chacun) et dans une moindre mesure sans entretien (36%), sans engrais (18%), sans taille (15%) et sans arrosage (14%).

4

Obtenir des conseils est plus facile auprès des proches (58%) et de son **magasin** (52%), avant les sites et forums de jardinage (49%), les livres (37%) et les médias (15%). Les plus âgés se tournent d'abord vers leurs magasins, alors que les plus jeunes demandent à leurs proches et utilisent les forums.

5

Acheter une plante est plus facile dans les grandes enseignes de jardinerie (65%) et petites jardinerie de proximité (49%), puis chez le fleuriste (25%). Les achats de plantes en commerce non spécialisé sont plus opportunistes.

*Sondage Toluna QuickSurveys réalisé par Internet en France entre le 15 janvier et le 1^{er} juin 2017 auprès d'un échantillon de 1008 personnes de 18 ans et plus. Les résultats ont été redressés pour être représentatifs de la population nationale en termes de région, sexe et âge (dispersion des professions).



6

88% des Français **associent le terme Végétal** avec la Nature, 58% avec la Campagne et 54% le Bien-être. Mais seulement 7% avec Facile : le jardin facile est encore loin d'être une association évidente dans l'esprit des consommateurs !

7

L'entretien (44%) est le 1^{er} frein d'achat du végétal, les acheteurs ne voulant pas se compliquer la vie. Pour des produits souvent peu onéreux, le budget est moins crucial puisqu'il n'est cité que pour 37% des réponses. La peur de ne pas maîtriser l'entretien d'une plante reste encore une contrainte importante pour une majorité de jardinier.

8

75% des personnes interrogées déclarent qu'**il est facile de trouver des plantes correspondant à leurs besoins** ! Seul 10% déclarent avoir un problème pour trouver la plante de leur rêve ! Cela s'explique par une forte présence des plantes au printemps dans les commerces non spécialisés en jardinerie, à des prix souvent très attractifs.

9

Avec ou sans végétal, le **manque de connaissances (37%)** et le **manque de temps (35%) sont les deux principaux freins pour se lancer dans le jardinage**. La contrainte de l'effort physique n'est citée que dans 15% des réponses. Avec la demande croissante pour des plantes sans entretien, le marché évolue vers des plantes jetables achetées par des consommateurs qui ne voient pas comme des jardiniers.

10

Le jardin facile de demain est imaginé avec des végétaux nécessitant peu d'entretien (46%), mais les systèmes intelligents d'alerte arrivent en seconde position (33%) ou même un système intelligent pour jardiner à notre place (20% des réponses). Le jardin rêvé des Français est un jardin autonome et digital qui simplifie l'entretien en apportant le bon conseil au bon moment, à coup d'alertes personnalisées et tutos.

En résumé, le jardin facile est un jardin autonome et sans entretien ! Vous voyez... C'est vraiment très simple... À vous de jouer pour proposer les végétaux et matériels attendus par les consommateurs, accompagnés des conseils et alertes qui leur simplifieront la vie.

ADHÉRER À L'ISCJ

INSTITUT
SENS et de la
couleur au
JARDIN

Institut des Sens et de la Couleur au Jardin
ASSOCIATION LOI 1901

DEMANDE D'ADHÉSION EN QUALITÉ DE MEMBRE ACTIF ANNÉE 2017

Nom

Société.....

Forme juridique.....

Marque ou enseigne

Site Internet

Adresse.....

Code Postal..... Ville.....

Adresse mail.....

Téléphone..... Téléphone portable.....

Cotisation 2017 = 500 €

La cotisation est payable chaque année le 1^{er} janvier

Droit d'entrée unique = 500 €

Le droit d'entrée est payable une seule fois lors de la signature de l'adhésion à l'ISCJ

Je soussigné.....représentant la société.....

reconnait avoir pris connaissance des statuts et du règlement intérieur de l'association « Institut des Sens et des Couleurs au jardin », et je demande à y être admis comme membre actif.

Je certifie sur l'honneur l'exactitude des renseignements figurant sur cette demande d'adhésion.

Je joins à cette demande un règlement correspondant au droit d'entrée et à la cotisation annuelle en cours.

Fait à..... le en deux exemplaires.

Le demandeur

Bon pour acceptation

Le président