



Édito

Le client a toujours raison, écoutez-le !

Le monde de la distribution en général et des enseignes traitant du jardin en particulier ne s'est jamais autant soucié d'honorer la satisfaction de ses clients ! À l'heure où de nombreux commerçants s'inquiètent que ces derniers ne leur échappent pour de multiples raisons (achats via Internet, budget consacré à d'autres projets, volonté de consommer autrement...), leur stratégie d'attaque se focalise sur « Le client » comme centre de gravité. Et les interviews dans le cadre des Graines d'Or, réalisées auprès des enseignes, tous circuits de distribution confondus, le confirment.

Dans son livre intitulé *Opération Boomerang*, Philippe Bloch apporte 365 idées pour faire revenir les clients à l'heure d'Internet. La 21^e idée ressort comme un véritable boomerang : « *Le client a toujours raison. Point final !* »

Rien n'est donc plus important que de bien comprendre les nouvelles aspirations, les nouveaux modes de vie et de consommation de toutes les générations de clients.

Garden Media, l'agence américaine de marketing et relations presse, a dévoilé, voilà quelques semaines les tendances « jardin 2019 » observées aux USA à travers son rapport annuel « Garden Trends Report ». Dans sa newsletter, En Quête de Vert (Val'hor) fait ressortir ces tendances prometteuses pour le marché du jardin, qu'il soit américain, européen ou français, tant les aspirations s'avèrent empreintes d'universalité.

La première tendance met en exergue « La génération "indoor" » vivant à l'ère des écrans et marquée par un décalage avec la nature, mais souhaitant aujourd'hui se reconnecter avec elle. On remarque également un retour en force du bénévolat constaté essentiellement chez les « millennials ». Dans la même logique d'envie de reconnexion avec la nature, le déclin des pollinisateurs dans le monde devient une problématique environnementale qui interpelle et qui pourrait influencer le marché du jardin. Autre tendance, la technologie, omniprésente au quotidien, y compris dans le jardin à travers les robots et objets connectés, s'intègre bien dans ce retour à la nature. Garden Media y ajoute la tendance en matière de couleur avec la prédominance du « vert menthe » pour 2019 dans la décoration de la maison et du jardin. Avec un clin d'œil sur la menthe comme plante pollinisatrice et bonne pour la santé.

On l'aura compris, plus que jamais, le client (presque toutes générations confondues) conforte cette sensibilité aux problématiques de développement durable, au retour aux vraies valeurs, et donc à la nature. Autant de marqueurs qui doivent inspirer les distributeurs et les rassurer.

MARIE-PIERRE MORIN

Source : Rooted Together – Garden Trends Report 2019, Garden Media, September 2018./ En Quête de Vert

« RIEN N'EST DONC PLUS IMPORTANT QUE DE BIEN COMPRENDRE LES NOUVELLES ASPIRATIONS, LES NOUVEAUX MODES DE VIE ET DE CONSOMMATION DE TOUTES LES GÉNÉRATIONS DE CLIENTS. »

