

FONCTIONS DU JARDIN ET ATTENTES EN MATIERE D'EQUIPEMENTS

EDITO

L'an passé, Husqvarna, leader mondial sur le marché du matériel motorisé d'extérieur, avait publié une étude Kairos Future sur les tendances du jardin dans 13 pays. Cette étude mettait en évidence les similitudes entre les pays dans les usages et attitudes en matière de jardinage et la façon dont les facteurs socio-économiques influencent sur les comportements¹.

Cette année, l'étude réalisée également par Kairos Future pour Husqvarna et Gardena appréhende d'une autre façon les tendances du jardin. Plutôt que d'établir des « typologies de jardin », l'étude décrit les principaux usages et fonctions du jardin ainsi que les attentes en matière d'équipements².

Ce numéro d'En Quête de Vert présente les grands enseignements de l'étude et sera suivi la semaine prochaine d'un numéro portant sur l'autre volet de l'étude, à savoir l'impact du jardinage dans la valorisation du bien immobilier.

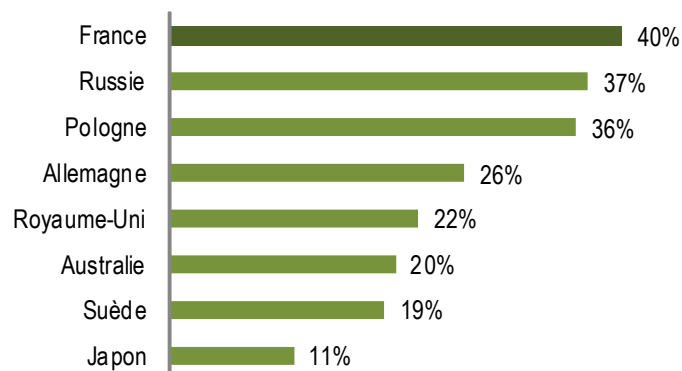
Patrick LORIE,
Administrateur Val'hor en charge des études.



Source: Husqvarna

ATTITUDES ET COMPORTEMENTS A L'EGARD DU JARDIN

Suit les tendances de jardinage



La France figure en tête des pays qui suivent le plus les tendances du jardin. L'édition 2010 des tendances du jardin avait déjà montré qu'en France, bien que le jardin soit d'abord vu comme un espace de bien-être et de détente, l'aspect esthétique est loin d'être négligé et l'image du jardin harmonieux demeure. De plus, l'étude 2009 indiquait que 48 % des Français interrogés étaient très attachés à l'entretien du jardin, contre 30% des Américains, 28 % des Russes, 25 % des Anglais et 25% des Scandinaves³.

¹ Global Garden Report 2010, Husqvarna/Gardena.

² Global Garden Report 2011, Husqvarna. http://corporate.husqvarna.com/index.php?p=press&afw_lang=en

³ The Future of Gardening, The Future Laboratory, 2009.

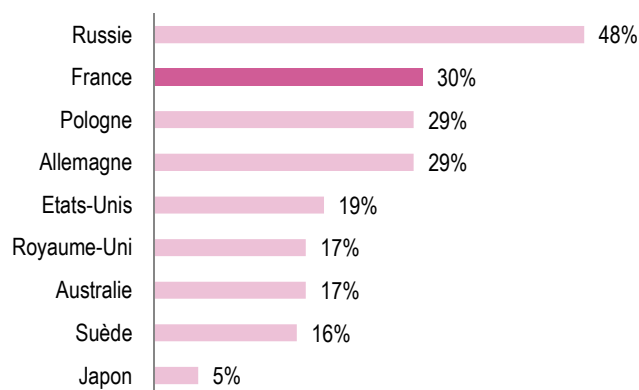
REPERES

- 40 % des propriétaires français interrogés suivent les tendances de jardinage.
- 30 % des propriétaires français interrogés passent plus de 20 heures par mois au printemps à entretenir leur jardin.
- Que ce soit en France ou pour l'ensemble des 9 pays interrogés, le jardin est avant tout un espace de détente.

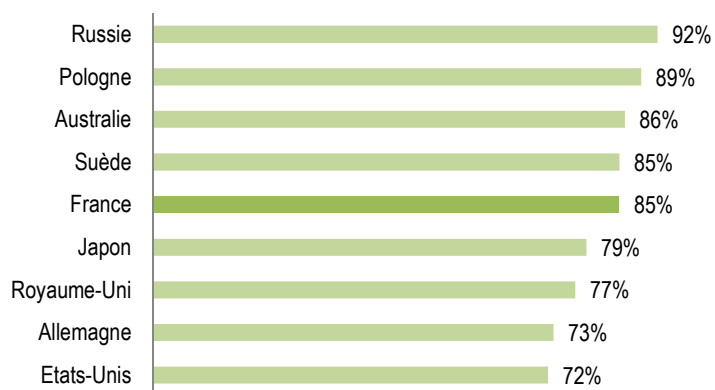
METHODOLOGIE

L'enquête, dont les résultats ont été présentés dans le Global Garden Report 2011, a été menée auprès de 5 000 propriétaires habitant en banlieue c'est-à-dire à moins de 30 minutes en voiture d'une ville d'au moins 100 000 habitants. Ces propriétaires vivent dans 9 pays différents : l'Allemagne, l'Australie, les Etats-Unis, la France, le Japon, la Pologne, la Russie, le Royaume-Uni et la Suède.

Passé plus de 20 heures par mois durant le printemps à entretenir son jardin



Considère que dans son voisinage, quelqu'un dispose d'un jardin plus beau que le sien



Sans surprise, la proportion de répondants qui passent plus de 20 heures par mois durant le printemps à entretenir leur jardin est positivement corrélée avec la proportion de ceux qui suivent les tendances du jardinage. En Russie, l'activité de jardinage a une dimension plus utilitaire que dans les autres pays où il est davantage perçu comme un hobby, d'où l'intérêt pour les nouvelles méthodes de jardinage et l'importance du temps consacré au jardin au printemps. En Pologne, les amateurs de jardin sont à l'écoute des nouvelles tendances, passent relativement beaucoup de temps à s'occuper de leur jardin et mènent en quelque sorte une compétition pour avoir le plus beau jardin. En revanche, au Japon, l'image traditionnelle du jardin est fort présente.

TOP 5 DES FONCTIONS DU JARDIN

	Allemagne	Australie	France	Japon	Pologne	Russie	Suède	Royaume-Uni	Etats-Unis
1	Se détendre	Fonction esthétique	Se détendre	Etre proche de la nature	Se détendre	Fonction sociale	Se détendre	Se détendre	Fonction esthétique
2	Fonction sociale	Se détendre	Fonction esthétique	Se détendre	Etre proche de la nature	Se détendre	Espace de jeux pour les enfants	Fonction esthétique	Se détendre
3	Etre proche de la nature	Intimité, se protéger des voisins	Etre proche de la nature	Fonction esthétique	Fonction esthétique	Fonction esthétique	Fonction sociale	Intimité, se protéger des voisins	Etre proche de la nature
4	Espace de jeux pour les enfants	Pratiquer sa passion du jardinage	Espace de jeux pour les enfants	Pratiquer sa passion du jardinage	Fonction sociale	Etre proche de la nature	Etre proche de la nature	Pratiquer sa passion du jardinage	Faire pousser des légumes et des herbes
5	Intimité, se protéger des voisins	Etre proche de la nature	Intimité, se protéger des voisins	Cultiver des légumes et des herbes	Espace de jeux pour les enfants	Faire du jardinage biologique	Fonction esthétique	Fonction sociale	Pratiquer sa passion du jardinage

Le jardin est pour la majorité des répondants, avant tout perçu comme un lieu de détente et un moyen d'améliorer son cadre de vie et de se rapprocher de la nature.

Une tendance au jardinage pratique et automatisé

Compte tenu des contraintes de temps et la volonté de profiter au maximum de son jardin vu avant tout comme un espace de détente, les solutions pour améliorer l'efficacité du jardinage représentent un enjeu considérable. L'édition 2009 des tendances jardin révélait que 24 % des Français, 22 % des Britanniques, 19 % des Américains, 16 % des Scandinaves et 13 % des Russes estimaient que leurs engagements professionnels les privaient de jardinage. D'après l'étude 2011, 40 % des répondants ne passent pas autant de temps à s'occuper de leur jardin qu'ils le souhaiteraient. Néanmoins 32 % de l'échantillon global considèrent le jardinage comme une corvée.

Une liste de 20 produits pour entretenir le jardin (système d'arrosage automatique, tondeuse automatique, tronçonneuse, débroussailleuse, taille haies,...) a été présentée aux 5000 propriétaires qui devaient identifier ceux qu'ils souhaiteraient le plus avoir:

	Ensemble
1	Une pelouse bien entretenue
2	Un espace social accueillant
3	Des chemins de pierre et les allées
4	Des arbres décoratifs
5	Des buissons et arbustes décoratifs

	France
1	Système d'arrosage automatique
2	Tondeuse automatique
3	Tracteur de pelouse
4	Bineuse
5	Débroussailleuse

Pour presque tous les pays le système d'arrosage automatique (ce produit apparaît au deuxième rang pour la Suède après la tondeuse automatique) vient en première place du classement des produits les plus demandés.

Le jardinage toujours en 3^{ème} place des loisirs plein air préférés des Français

	le barbecue	le pique-nique	le jardinage	la randonnée	le camping	un sport nautique
Pratique	75%	62%	55%	48%	31%	25%
-régulièrement	28%	10%	27%	12%	7%	6%
-de temps en temps	35%	32%	20%	22%	12%	9%
-rarement	12%	20%	8%	14%	12%	10%
Jamais	25%	37%	44%	52%	68%	74%
-mais vous pourriez le faire	8%	15%	16%	19%	21%	18%
-et vous ne le ferez sûrement pas	17%	22%	28%	33%	47%	56%
Sans opinion	0%	1%	1%	0%	1%	1%

	le barbecue	le pique-nique	le jardinage	la randonnée	le camping	un sport nautique
Entre amis	35%	28%	1%	26%	28%	25%
En amoureux/en couple	5%	10%	19%	20%	17%	13%
En famille	58%	59%	26%	37%	49%	37%
En groupe, avec des gens que vous ne connaissez pas forcément	1%	1%	1%	5%	2%	2%
Seul	0%	0%	52%	10%	1%	19%
Sans opinion	1%	2%	1%	2%	3%	4%

La deuxième vague du baromètre Campinggaz/TNS Sofres des loisirs plein air⁴ révèle que le jardinage reste le 3^{ème} loisir plein air préféré des Français après le barbecue et le pique-nique. Réalisée en février auprès d'un échantillon représentatif composé de 1000 personnes, l'étude indique que 55 % des sondés jardinent, dont 27% régulièrement. Cette activité est davantage répandue chez les personnes plus âgées (61% des 35/49 ans et 65% des 50/65 ans) et à revenu élevé (68% des classes sociales les plus aisées contre 43% pour les moins aisées). Enfin, contrairement au barbecue et au pique-nique pratiqués principalement en famille (58% et 59% respectivement), le jardinage est bien souvent pratiqué seul.

CONCLUSION

Bien que la France figure parmi les pays où les amateurs de jardin passent le plus de temps au printemps à entretenir leur jardin et sont à l'écoute des nouveautés, les contraintes de temps, le désintérêt pour certaines activités de jardinage, la volonté de profiter de son jardin créent des besoins en matière d'automatisation de certaines tâches.

En Quête de Vert

Directeur de la publication : Philippe Moinet
 Rédacteur en chef : Patrick Lorie
 Rédactrice : Aline Haeringer
 Parution: Avril 2011
 Crédits photos : Husqvarna

VAL'HOR
 Organisation interprofessionnelle reconnue par l'Etat pour la valorisation des produits et des métiers de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage
 44 rue d'Alésia, 75 682 Paris Cedex 14.

⁴ Observatoire Campinggaz des loisirs plein air, TNS Sofres/Campinggaz, Avril 2011. http://www.tns-sofres.com/_assets/files/2011.04.13-campinggaz.pdf