



## TENDANCES 2022 VÉGÉTAL

Principaux enseignements du rapport  
« *De la crise à l'innovation* »  
de Garden Media Group



## Garden Media Group

Chaque automne, l'agence américaine de marketing et relations presse [Garden Media](#) publie un rapport sur les tendances sociétales influençant le monde du jardin. Cette publication constitue un outil de référence pour le secteur du jardin et plus largement du végétal aux Etats-Unis mais aussi dans d'autres pays. Garden Media Group accompagne des acteurs majeurs de la filière aux Etats-Unis et partage régulièrement des conseils marketing sur son [blog](#).



## Le Garden Trends Report par Garden Media Group

Le Garden Trends Report 2021 avait pour thème « The Great Reset », littéralement « La grande réinitialisation ». Cette année, Garden Media a choisi pour thématique centrale « De la crise à l'Innovation ».

*Une innovation qui, d'après le Garden Trend Report, « ne vient pas de l'industrie. Elle appartient aux individus qui vivent la « grande réinitialisation 2021 ». La nouvelle révolution est personnelle. ».*



## « De la crise à l'innovation »

Plusieurs études ont montré que la crise avait donné envie aux individus de changer de métier, de lieu de vie, de revoir leurs priorités.

*« Nous arrivons dans une ère de liberté personnelle. En 2022, plusieurs franchiront un pas qu'ils n'auraient pas eu la liberté ou le courage de faire dans d'autres circonstances. »*

Ces transformations sociétales ne sont pas sans conséquences sur le marché du végétal. Elles recèlent des opportunités de valoriser le savoir-faire des professionnels, d'acquérir une nouvelle clientèle, de fidéliser l'existante et de préparer l'avenir.

# Comment utiliser ce dossier ?

Découvrir & s'approprier les enseignements du rapport Garden Media Group

Tendances / conseils du  
rapport Garden Media Group  
(Etats-Unis)

## Des projets passion

Les individus recherchent de plus en plus un métier passion. Les créateurs d'aujourd'hui créent des micro-entreprises, développent leurs activités sur la plateforme Etsy ou vont sur d'autres espaces pour se réinventer. Instagram, Tik Tok et Facebook s'intéressent de près aux créateurs mais aussi aux ventes des influenceurs dans un contexte où plusieurs réseaux sociaux développent une fonctionnalité shopping.

Données / information /  
actions de la filière en France

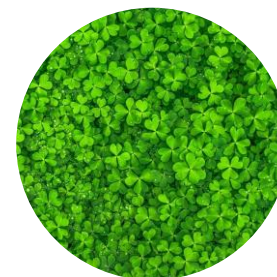


D'après un sondage réalisé en juillet 2021, **7 Français sur 10** souhaitent trouver **plus de sens dans leur travail** et 3 sur 10 ressentent le besoin changer de métier. Pour 31 % des Français, le métier idéal est celui qui permet de vivre de sa passion. Lorsqu'on demande aux Français quelles carrières ils souhaiteraient pour leurs enfants, les **métiers de paysagiste, jardinier, fleuriste apparaissent en 9<sup>ème</sup> place avec 70 % de réponses** (plusieurs réponses possibles).<sup>1</sup>

## 8 tendances qui caractérisent le passage de la « crise à l'innovation »

Garden Media met en avant 8 tendances à prendre en considération pour se préparer au marché du jardin en 2022, reformulées ici :

- Le groupe des créateurs
- « Shoppertainment »
- Des fonctions pour chaque espace de vie
- Répondre aux attentes des nouveaux jardiniers
- Ecran vivant
- Fleurs à la demande
- Collection à partir de la nature
- Des couleurs vivantes



# 1. LE GROUPE DES CRÉATEURS

---

Les opportunités peuvent arriver quel que soit le contexte économique ou social.

« Disney, CNN, MTV, Microsoft, Instagram, Uber, Airbnb, ont tous été fondés durant une récession. »





## Des projets passion

Les individus recherchent de plus en plus un métier passion. Les créateurs d'aujourd'hui créent des micro-entreprises, développent leurs activités sur la plateforme Etsy ou vont sur d'autres espaces pour se réinventer. Instagram, Tik Tok et Facebook s'intéressent de près aux créateurs mais aussi aux ventes des influenceurs dans un contexte où plusieurs réseaux sociaux développent une fonctionnalité shopping.



D'après un sondage réalisé en juillet 2021, **7 Français sur 10** souhaitent trouver **plus de sens dans leur travail** et 3 sur 10 ressentent le besoin changer de métier. Pour 31 % des Français, le métier idéal est celui qui permet de vivre de sa passion. Lorsqu'on demande aux Français quelles carrières ils souhaiteraient pour leurs enfants, les **métiers de paysagiste, jardinier, fleuriste apparaissent en 9<sup>ème</sup> place avec 70 % de réponses** (plusieurs réponses possibles).<sup>1</sup>



68 % des jeunes français (18-35 ans)  
souhaiteraient travailler au contact des  
plantes et/ou de la nature.

81 % éprouveraient de la fierté à  
exercer un métier qui agit  
concrètement sur la protection de  
l'environnement. <sup>2</sup>





## Soutenir les valeurs de l'entreprise

Des raisons éthiques motivent de plus en plus les comportements des consommateurs qui par ailleurs souhaitent dépenser davantage leur argent localement.

Une [étude](#) révèle qu'aux Etats-Unis, la moitié des consommateurs issus de la Génération Z (53 %) et des Millennials (49 %) veulent arrêter de faire leurs courses sur Amazon et 30 % des consommateurs se sentent coupables d'y faire leurs courses.

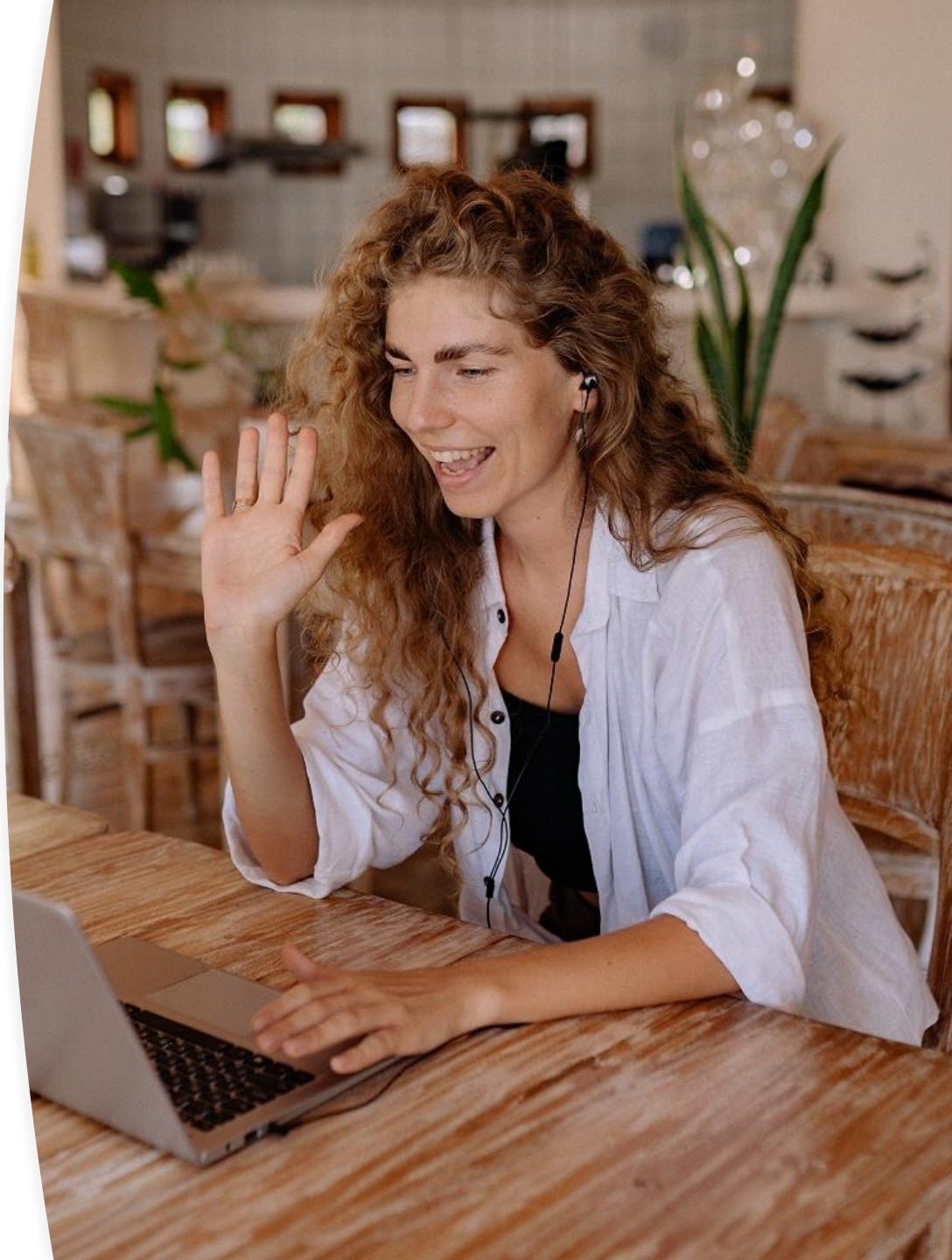
Lors de la consultation citoyenne «[Inventons le Monde d'après](#)», «Favoriser la consommation locale et les circuits de proximité» est l'idée qui a suscité le plus de propositions de la part des Français. Par ailleurs, 62 % des Français considèrent que dans "le monde post-Covid19", les collectivités devront soutenir les commerçants locaux. <sup>3</sup>

## 2. “SHOPPENTERTAINMENT” EXPERIENCE CLIENT DIVERTISSANTE

---

En 6 semaines, le service de visioconférence Zoom est passé de 10 millions de participants de réunion par jour à 300 millions. La crise immédiate du Covid-19 a généré une transformation digitale du travail, des écoles, des entreprises du jour au lendemain. Les pays ont mis en œuvre différentes formes de confinement et les commerces jugés non essentiels ont été fermés.

Les événements professionnels en ligne ont augmenté de 1 100 % entre avril 2019 et avril 2020, d'après le site Eventbrite.





## Social commerce ou commerce connecté

Les plateformes d'e-commerce se sont fortement développées en 2020. Les réseaux sociaux et les vidéos permettent aujourd'hui de déclencher l'acte d'achat en ligne. « AliExpress, Alibaba e-retail (commerce connecté), brouillent les lignes entre l'e-commerce, le divertissement et le style de vie au quotidien pour favoriser les ventes. »



**2 Français sur 10**  
sont intéressés par  
l'achat de végétaux  
en ligne <sup>4</sup>.



## Avenir hybride

L'avenir sera hybride : en virtuel et en personne.

74 % des Français trouvent que les **informations** transmises par les **professionnels du végétal** sont **claires**, 70 % des Français considèrent que celles transmises par les sites internet spécialisés le sont contre 37 % qui considèrent que les médias sociaux fournissent des informations claires sur les végétaux.<sup>4</sup>



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseil Garden Media

La filière du végétal a l'opportunité d'interagir en ligne grâce à des séminaires, des cours et des informations tout en dynamisant les ventes. En utilisant les médias sociaux, il est possible de raconter l'histoire de la plante, partager des idées de décoration... et faire des ventes.

65 % des 25-49 ans s'informent sur les végétaux sur des sites internet spécialisés contre 59 % de l'ensemble des Français.

72 % des Français seraient intéressés pour apprendre davantage sur les végétaux avec des tutoriels vidéo d'un professionnel du végétal (horticulteur, fleuriste, professionnel du paysage).<sup>4</sup>

### 3. DES FONCTIONS POUR CHAQUE ESPACE DE VIE

---

Les gens créent des espaces de vie distincts chez eux pour un usage optimal.





## Au premier plan

La cour de devant de l'habitation occupe une place essentielle puisque c'est de là qu'on accueille ses amis. L'effet courbes est une tendance en hausse, et le devant de la maison représente le nouveau centre d'intérêt des possesseurs de maison. C'est comme avoir une nouvelle pièce à profiter, décorer et planter.



En 2020, les achats de végétaux d'ornement pour le rebord de fenêtre, le balcon, la terrasse, la cour ou le muret ont représenté 8 % de l'ensemble des dépenses des foyers français et 16 % de l'ensemble des quantités achetées en végétaux d'ornement (c'est-à-dire les végétaux pour soi, pour offrir, pour le deuil). <sup>5</sup>



## Au premier plan

En 2021, les mentions sur les réseaux sociaux de «cour avant» ou «porche» ont atteint une croissance de 5 ans. Les projets incluent le fait de peindre les volets et portes, faire pendre des rideaux extérieurs, construire des jardinières et planter des arbres. Les rénovations les plus onéreuses concernent l'installation de porches, de fauteuils et des ensembles de salle à manger extérieure. Les gens veulent des contenants de plantes qui aient l'air joli et qui exigent peu d'entretien.

En France, les **plus fortes progressions** des recherches sur Google associées aux mots « devant » « maison » depuis mars 2020 concernent les recherches « **muret devant maison** », « **aménagement (cour ) devant maison** » et « **parterre de fleurs devant maison** ». <sup>6</sup>

41 % des Français ayant réalisé un projet de rénovation d'espaces extérieurs l'ont fait pour le devant de la maison.<sup>7</sup>

83 % des Français ont des végétaux d'intérieur. 20 % des Français ont des végétaux sur leur lieu de travail. <sup>5</sup>

Pour 89 % des Français, les végétaux rendent leur cadre de vie plus agréable. <sup>4</sup>





## Quelles réponses du secteur du jardin et du paysage ?

Conseils Garden Media

**Espace enfants :** mettre des trampolines, un badminton et des jouets dans un seul espace. Une grande cour pourrait convenir pour un théâtre ou une piscine ; de plus petites cours peuvent accueillir des tipis. Mettre l'accent sur les larges, luxuriants feuillages pour s'isoler et se mettre à l'ombre.

**Zone de télétravail :** penser intimité, ombre et refuge. Des barrières en métal ou cloisons de bois, pergolas, treillis. Planter densément sur de multiples niveaux, des arbres imposants aux végétaux couvre-sol. Les haies créent du silence face aux bruits du voisinage.

**Zone de divertissement :** Ajouter des jeux (plateau de cornhole, jeu de fléchettes, TV et des dames XXL). Choisir des plantes au style surprenant, suspendre des jardinières et des plantes tropicales pour un effet «vacances chez soi».



## Espaces de vie intérieurs

Que ce soit un achat pour le bureau, la chambre ou pour du Feng Shui en général, nous anticipons une croissance soutenue dans la catégorie plantes d'intérieur. Les gens sont nostalgiques des années 1970. Ils adorent les pothos, ficus, chlorophytum, violettes africaines et fougères.

Le poids des achats de **cactus** en valeur parmi l'ensemble des végétaux achetés par les Français affiche une croissance quasiment continue depuis 2016. Il s'agit de la **plante grasse / verte la plus achetée** (en valeur) en 2020. Les 3 autres plantes les plus achetées sont les **ficus, l'aloès et les plantes succulentes**.<sup>5</sup>



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseil Garden Media

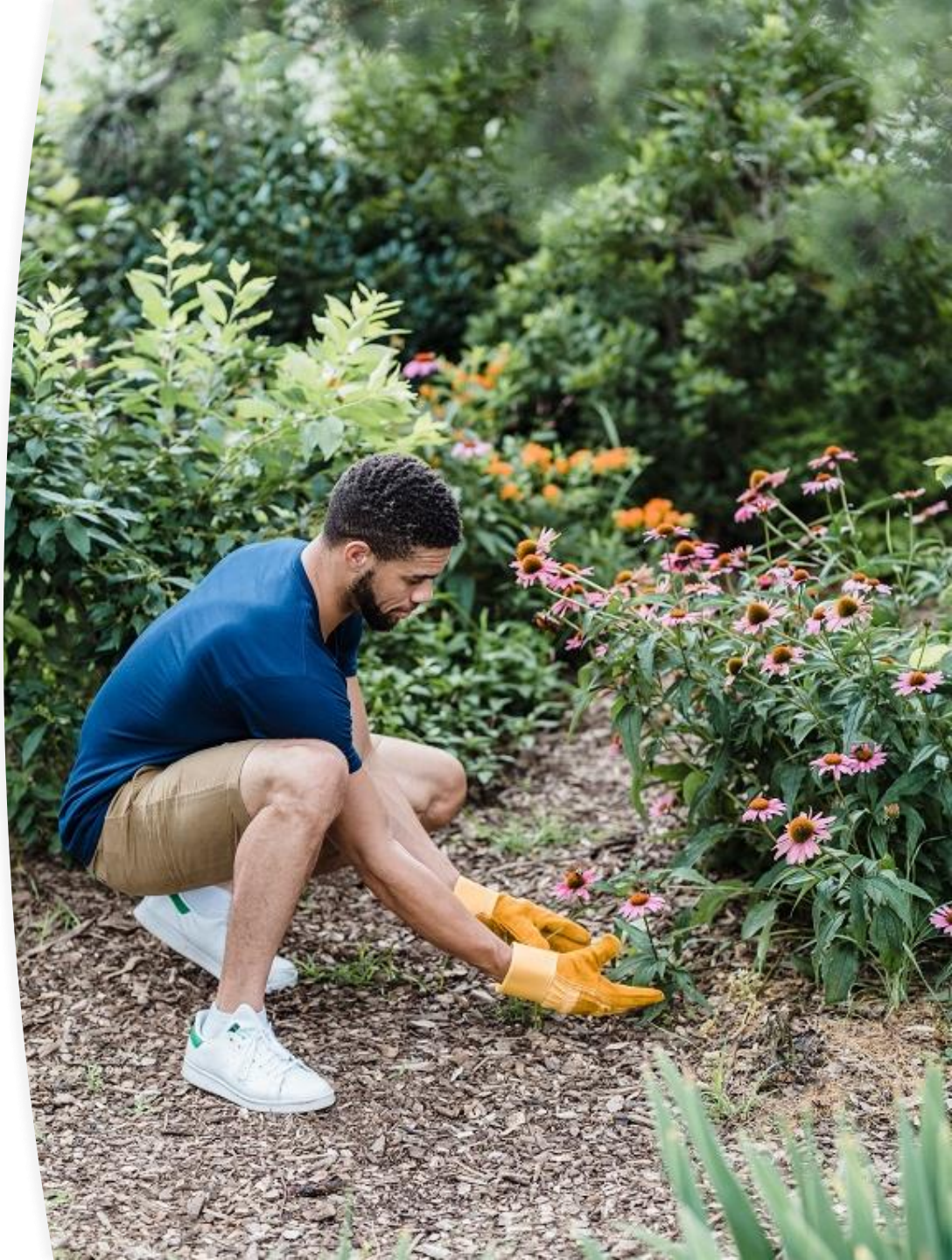
- Annoncez de nouveaux arrivages et montrez l'arrivée des végétaux
- Réduisez l'usage du plastique
- Renforcez votre engagement en matière de développement durable

## 4. RÉPONDRE AUX ATTENTES DES NOUVEAUX JARDINIERS

Les Etats-Unis ont gagné 18,3 millions de nouveaux jardiniers amateurs. Selon l'étude McKinsey, 75 % des nouveaux jardiniers amateurs continueront à jardiner après la pandémie.



Depuis la crise sanitaire, le rôle des végétaux est devenu plus important pour 4 Français sur 10. 1 Français sur 5 envisage d'augmenter le nombre de végétaux possédés et plus encore les jeunes (28 %).<sup>4</sup>





## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseil Garden Media : revenir aux bases

Il est essentiel pour accompagner ces nouveaux consommateurs de transmettre des conseils de base pour bien commencer cette nouvelle activité, créer des moments de gratification et pérenniser ces comportements.

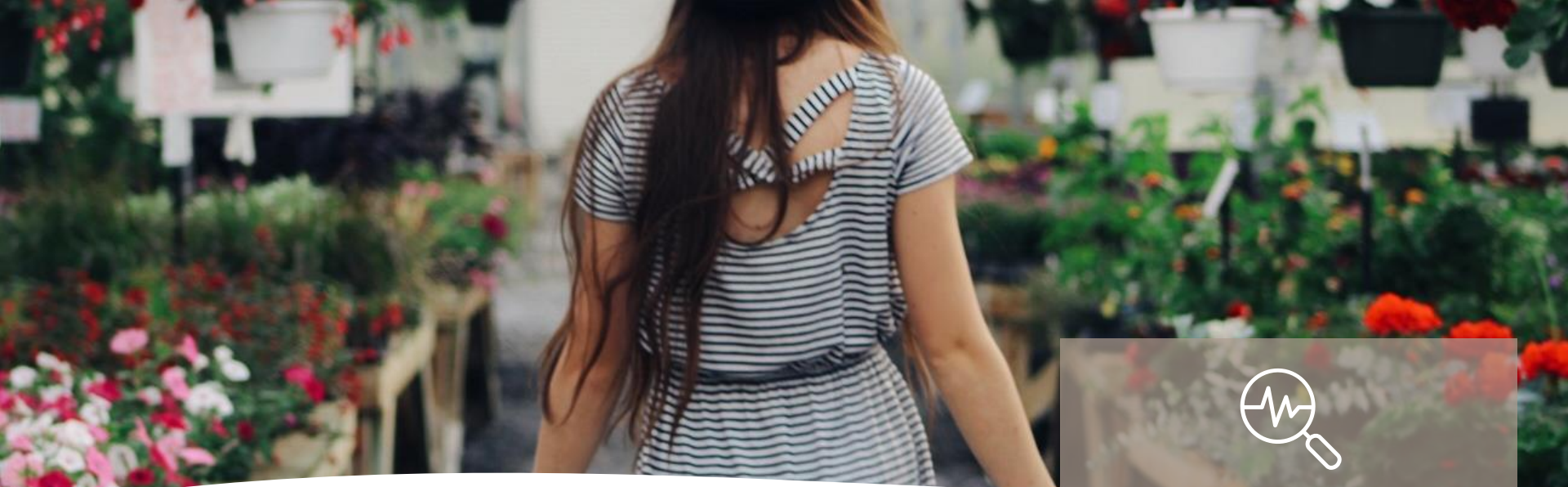
Commencez par construire une solide base faite d'outils et d'informations.



## Qui sont les nouveaux amateurs de végétaux ?

Ces nouveaux consommateurs s'intéressent aux plantes comestibles, veulent protéger la faune et cherchent à réduire leur niveau de stress. Ce sont aussi bien des hommes que des femmes mais avec toutefois une plus forte participation du côté des hommes de moins de 35 ans. On observe aussi un enthousiasme plus grand chez les jardiniers amateurs avec enfants. 78 % des jardiniers sont convaincus qu'il n'est pas nécessaire de posséder un grand espace pour jardiner.

65 % des Français considèrent que la **présence de végétaux les aide à réduire leurs tensions, à se détendre**. Pour 30 % des Français, les végétaux ont une utilité purement décorative. Cette part monte à 41 % chez les 25-34 ans.



## Qu'achètent-ils ?

- Tandis qu'ils dépensent moins que les jardiniers saisonniers, les nouveaux jardiniers amateurs achètent « des outils pour débutants, des semences et des produits de base ».
- Le marché des végétaux comestibles continue de monter en flèche avec notamment les semences pour débutants et contenants.
- Ces nouveaux consommateurs sont amateurs DIY (fait maison).
- L'intérêt pour la culture de fleurs ornementales est en train de s'affirmer chez ces consommateurs.
- Ces nouveaux jardiniers amateurs veulent des produits bio et naturels et recherchent des végétaux qui exigent peu d'entretien.

**21 % des Français** possesseurs de végétaux ont déclaré fin 2020 – début 2021 **envisager acquérir davantage de végétaux** dans les prochains mois. Cette part s'élève à **28 %** chez les **18 - 34 ans**. <sup>4</sup>



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseils Garden Media pour s'adresser aux nouveaux jardiniers amateurs

- Concevez des kits avec du terreau, des contenants, plantes, supports de culture, fertilisants.
- Partagez et créez des recettes et des guides pour leurs projets.
- Choisissez un nombre limité de produits mais beaux et de haute qualité.
- Offrez des solutions fun, personnalisées et colorées pour cette génération DIY.
- Mettez en avant les plantes faciles à cultiver avec de beaux résultats pour peu d'efforts.



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseils Garden Media pour les jardiniers débutants

- Créez des vidéos de 15-60 secondes pédagogiques et amusantes pour créer du lien avec les nouveaux jardiniers amateurs. Fournissez des contenus de base, accessibles sur Facebook et Instagram. Expérimenter avec Tik Tok et Reddit.
- Comme pour les plantes d'intérieur, proposez des plantes selon l'horoscope, le Feng Shui.
- Choisissez une sélection en ligne de plantes pour les consommateurs qui apprécient l'expérience d'achat en ligne.
- Attribuez à une personne dans votre équipe la fonction de « docteur des plantes » ou ayez un docteur de plantes accessible sur demande pour les questions des débutants.
- Fournissez des informations sur les points de vente ou via des emailings.
- Encouragez les communautés en ligne.

## 5. ÉCRAN VIVANT

---

Observer la faune et la protéger.



Habitat

Voice

Wing Shape

Tail Shape

Showing 10 of 279 possible matches

Se



## Observation des oiseaux chez soi

Pour beaucoup, la pandémie a fait découvrir ou redécouvrir le plaisir d'observer les oiseaux depuis ses espaces extérieurs. Aux Etats-Unis, l'ONG Cornell Lab of Ornithology (Université de Cornell) a vu en un an le nombre de vues de ses [vidéos en direct](#) doubler.

L'application [Audubon Bird Guide](#) qui renseigne 800 espèces d'Amérique du Nord a vu le nombre de ses téléchargements augmenter de 82 % entre 2019 et 2020.



## Observation des oiseaux chez soi

Que ce soit en étant chez eux ou en découvrant un nouveau parc, les gens trouvent que l'observation des oiseaux est un moyen facile, bon marché de faire quelque chose en se déconnectant.

De plus, c'est amusant à tout âge et pour tout niveau.

Les ventes de mangeoires et de nourriture ont fortement augmenté, avec 2,2 milliards de dollars de vente attendus en 2021.

En 2020, le **chiffre d'affaires** généré par les achats liés aux **animaux de la nature** a **cru de 5 %** par rapport à 2019.<sup>8</sup>



## Jardiner pour la faune

En 2020, 67,2 millions de foyers américains ont acheté au moins une plante parce qu'elle était favorable aux pollinisateurs et oiseaux. Les personnes avec enfants ont davantage tendance à jardiner pour les oiseaux. Notre fascination pour les oiseaux fait croître notre intérêt pour les plantes. C'est pourquoi, aux Etats-Unis, la [Fédération Nationale de la Faune](#) a lancé la collection « un jardin pour la biodiversité » d'espèces clés de plantes locales. Les plantes attirent les insectes qui nourrissent 96 % des espèces d'oiseaux du jardin. Par ailleurs, prendre soin des gros, vieux arbres est aussi important que de planter de nouveaux. Les arbres fournissent de la nourriture, un abri, et des endroits pour que les animaux puissent élever leurs petits.

Chaque année, VAL'HOR encourage les professionnels du végétal à participer en juin à la [Semaine des fleurs pour les abeilles](#). Un kit de communication leur permet d'animer leur point de vente pour sensibiliser les consommateurs aux plantes polinisatrices. <sup>9</sup>



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

Conseils Garden Media pour attirer les amoureux des oiseaux

- Ayez le bon équipement dans votre offre : bacs, guide de culture et carnets résistant à l'eau.
- Concevez des gammes de végétaux qui favorisent les oiseaux. Choisissez les plantes dont les oiseaux ont le plus besoin – avec des graines et des petits fruits – en automne et hiver.
- Créez un partenariat avec une ONG locale dans ce domaine.
- Organisez des promenades d'observation des oiseaux ou tenez des clubs d'observation des oiseaux.
- Faites un blog sur les meilleurs points d'observation des oiseaux en ville et demandez à un ornithologue local de parler de votre marque.
- Fournissez des solutions pour les oiseaux en hiver, y compris de l'eau, de la nourriture et des mangeoires.

## 6. FLEURS À LA DEMANDE

---

Les fleurs sont les nouveaux câlins. Donner ou recevoir des fleurs déclenche des hormones de bien-être. Notre appréciation de leurs capacités de restauration se développe. Juste à un moment où nous en avons besoin en raison de la pandémie qui suscite du stress et de la dépression.





## Les ventes de fleurs montent en flèche

Que ce soit un plaisir personnel suite à la pandémie ou le signal d'un style de vie élevé, les ventes de fleurs connaissent un boom.

Les ventes 2020 aux Etats-Unis ont atteint 5,6 milliards, et en 2021 les ventes sont déjà 9,8 % supérieures à 2020 selon la Produce Marketing Association. Plusieurs supports de communication ont favorisé les ventes : leçon d'arrangement floral en ligne sur Tik Tok, [La Grande Bataille des fleurs](#) sur Netflix et [Full Bloom](#) sur HBO.

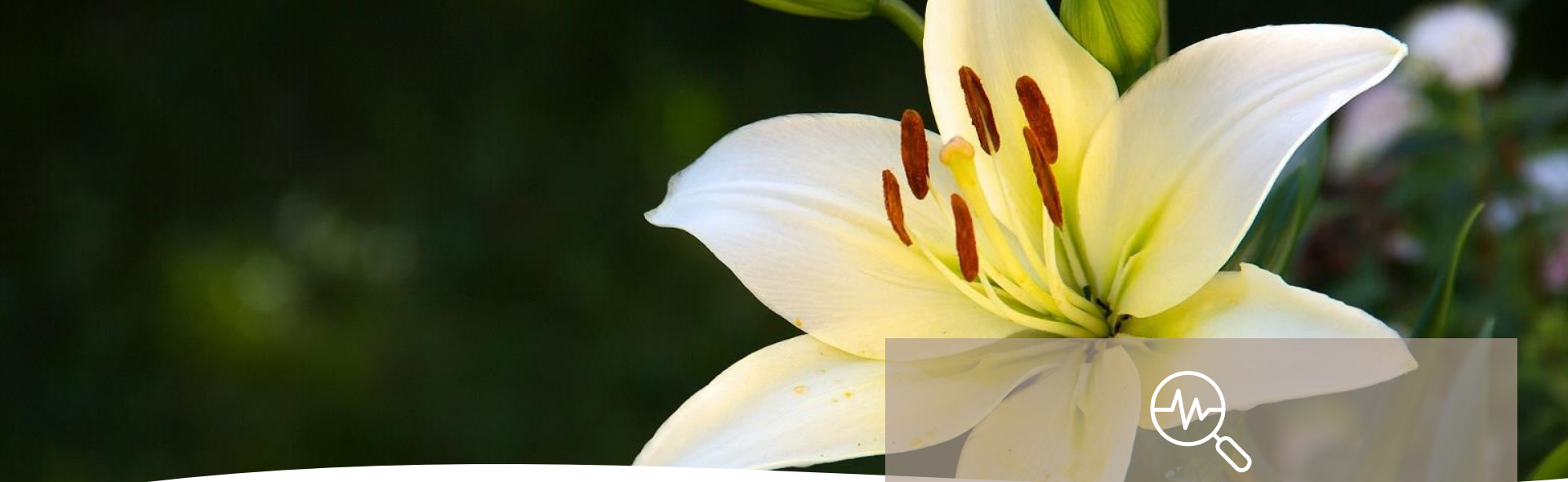
En janvier-août 2021, les achats des Français en fleurs coupées en valeur ont augmenté de 28 % par rapport à janvier-août 2020. <sup>5</sup>



## Jardins partagés

Nous observons une hausse du nombre de jardins avec des fleurs cultivées. Les fleurs suscitent des émotions, renforcent le lien entre les personnes.

La Journée Internationale des Droits de la Femme, dont la prochaine édition aura lieu le 8 mars 2022, est devenue synonyme du fait d'offrir des fleurs pour soutenir les femmes.



## Les meilleures fleurs de jardin (aux Etats-Unis) pour...

- Le printemps : tulipe, jonquille, allium, muscari, iris de Sibérie, Cœur de Marie, primevère et pivoine.
- L'été : lys, dahlias, glaïeul, crocosmia, phlox, échinacée, sauge vivace, lavande, zinnia, delphinium, rose



**Top 5 des végétaux d'extérieur** achetés par les foyers français au **printemps** <sup>5</sup> :

- Géranium
- Rosier
- Dipladenia
- Pétunia
- Bégonia

**Top 5 des végétaux d'extérieur** achetés par les foyers français en **été** <sup>5</sup> :

- Rosier
- Hortensia
- Olivier
- Pensée
- Citronnier



## Quelles réponses des professionnels de la fleur ?

Conseils Garden Media pour répondre aux attentes en matière de fleurs

- Faites la promotion des bulbes, plantes annuelles et vivaces utilisables en fleurs coupées.
- Organisez des cours virtuels sur les jardins partagés, la conception florale, l'utilisation des fleurs comestibles pour décorer des cocktails, desserts, salades et apéritifs.
- Faites la promotion des bouquets de fleurs produites localement.
- Offrez aux clients une chance de faire leurs propres bouquets et créez une expérience qu'ils chériront.



## Quelles réponses des professionnels de la fleur ?

Conseils Garden Media pour répondre aux attentes en matière de fleurs

- Planifiez des « guerrillas gardening » (ou guérillas jardinières) pour les anniversaires ou les occasions spéciales ou pour remonter le moral des seniors.
- Créer un partenariat pour faire venir un camion de fleurs à votre magasin

*Et devinez quoi ? Tout ceci conduit à une hausse inattendue des ventes de plantes. Les consommateurs veulent acheter les plantes qu'ils voient dans leurs bouquets.*

## 7. COLLECTION À PARTIR DE LA NATURE

---

Une plante au monde sur 5 est menacée d'extinction.

Essentielles à une planète saine, les plantes et leur incroyable diversité rendent la vie telle que nous la connaissons possible.

Les collections dans les jardins publics et privés sont la raison pour laquelle ces beaux arbres sont toujours parmi nous.





## Des efforts pour contrer l'extinction des plantes

Nous avons besoin de renouveler nos efforts pour empêcher la poursuite de l'extinction de plantes. Des partenariats sont nécessaires pour protéger les espèces uniques et les conserver dans la nature.

En France métropolitaine, 421 espèces de flore vasculaire sont menacées. <sup>9</sup>

Dans le cadre des [Assises Nationales de la Biodiversité](#), VAL'HOR met en avant les actions du programme [Cité Verte](#) destinées à favoriser le végétal en ville et la biodiversité. A cela s'ajoutent les actions des professionnels en faveur de la biodiversité végétale ([Code de conduite Plantes exotiques envahissantes](#)) et le traitement des zones sensibles par le génie végétal.



## Les amateurs de plantes rares

La pandémie a encouragé les individus à se rapprocher de la nature dont certains se sont particulièrement intéressés aux plantes rares.



## Quelles réponses des professionnels du végétal ?

Conseils Garden Media :

- Nourrissez le désir des consommateurs pour les végétaux rares et inhabituels.
- En matière de paysage, ajoutez des plantes locales à un jardin existant pour favoriser la biodiversité.

*Rappelons que les actions individuelles peuvent avoir des impacts sur les enjeux communs de développement durable.*

- Faites de la pédagogie auprès des clients sur la façon dont leurs activités peuvent aider ou porter atteinte aux plantes
- Commencez un club de jardiniers sur les plantes en danger
- Positionnez vous-mêmes comme source exclusive pour les semences locales de votre région



## Quelles réponses des professionnels du végétal ?

Conseils Garden Media :

- Sachez d'où les plantes viennent et communiquez cela aux clients
- Agissez en faveur du développement durable
- Proposez une collection limitée de plantes locales pour « adoption ». Les jardiniers amateurs les ramèneront chez eux, les feront pousser voire les reproduiront. C'est ce que fait le jardin botanique de Mexico City dans son [centre pour adoption des plantes](#). Les gens « adoptent » jusqu'à 40 plantes mexicaines en danger. Ils sont ensuite enregistrés comme parents adoptifs, reçoivent un certificat et promettent d'informer le jardin botanique sur la situation de la plante.
- Producteurs : cultivez des espèces en danger.

## 8. DES COULEURS VIVANTES

---

Le vert est le symbole du renouvellement. Le printemps marque la renaissance de la nature.

Le vert avec ses tonalités vibrantes rappelle la vie, le renouvellement et la nature. Parmi ses nuances, la couleur vert trèfle est la teinte qui attire le plus le regard.





## Des couleurs vivantes

D'après Jenny CLARK, chef de couleurs chez WGSN (société de tendances), « La nature continuera d'être un énorme facteur de tendance ; non seulement elle apporte du réconfort mais elle nous reconnecte aussi avec les espaces extérieurs. »

Repérée sur le défilé Dries Van Noten dans des vases et dans des jardinières, la teinte brillante de vert trèfle attire les plus jeunes générations. On peut voir des Millennials porter des imprimés floraux doux, des verts francs selon le style cottage. Optimiste, rajeunissant, revigorant et inspiré de la nature, le vert est particulièrement prisé.



## Quelles réponses de la filière du végétal ?

*Pour faire revenir les salariés dans les bureaux, les employeurs recherchent des éléments de biophilie design: des espaces ouverts, des plantes, des balcons.*

Conseil Garden Media Report : utiliser les tendances

- Travaillez une nuance fondée sur la nature dans vos gammes de produits.
- Utilisez cette nuance comme toile de fond pour vos plantes d'intérieur - le vert sur vert peut avoir de beaux effets.
- A travers la façon dont vous vous appropriez la tendance du vert, rappelez qu'après des mois de froid, les jours plus chauds se dessinent à l'horizon.

# Sources

[Garden Trends Report 2022, Garden Media Group, September 2021.](#)

[1 Métiers souhaités, changements convoités : quelles aspirations pour les Français ?, sondage Harris Interactive pour Challenges, août 2021.](#)

[2 Les jeunes et les métiers du paysage – sondage Unep, janvier 2021](#)

[3 Sondage BVA pour Engie Solutions sur « le monde post-Covid19 »](#)

[4 Les Français et le végétal, étude Kantar pour VAL'HOR et FranceAgriMer, mars 2021.](#)

[5 Panel consommateurs Kantar pour VAL'HOR et FranceAgriMer.](#)

[6 Google Trends](#)

[7 Etude Houzz et la Maison 2021 – Tendances de rénovation 2020 et 2021.](#)

[8 Promojardin-Prom'animal, Le marché du jardin et de l'animal de compagnie 2020.](#)

[9 www.valhor.fr](#)

[10 UICN, Liste rouge nationale des espèces menaces en France](#)

# Crédits photos



VAL'HOR

Pexels

Pixabay

Audubon Bird Guide



[www.valhor.fr](http://www.valhor.fr)

Contact études : Aline HAERINGER – [aline.haeringer@valhor.fr](mailto:aline.haeringer@valhor.fr)