

Un marché porteur...

En ces temps de crise économique mondiale, on aurait pu croire que l'aménagement du jardin bois, qui demande un certain investissement, verrait ses ventes ralentir... Il n'en est rien... Bien au contraire, cet univers continue de progresser avec une hausse de 16 % des ventes au 1^{er} trimestre 2011 (chiffres Promojardin). Recherche d'authenticité, désir de mieux vivre et de vivre ensemble... sont autant de valeurs fortes qui profitent aujourd'hui plus que jamais à ce marché...

L'engouement des français pour l'aménagement du jardin ne cesse de se confirmer d'année en année... Une tendance que l'on doit à plusieurs phénomènes et tendances de fond... Tout d'abord, l'accroissement du parc immobilier et de l'accession à la propriété, avec des logements individuels urbains ou périurbains, qui a favorisé l'invest-

tissement dans l'aménagement du jardin. C'est aussi un marché qui profite ces dernières années de la tendance au cocooning, du retour aux vraies valeurs, de la recherche d'authenticité, du désir de manger sain... Des tendances de fond qui se sont renforcées avec la crise : « L'environnement extérieur étant hostile, les français se recentrent sur leur intérieur qu'ils veulent comme un lieu de détente, de convivialité, explique Rébecca Genneau, responsable marketing Forest Style. Après avoir décoré leur salon, les possesseurs de jardin, en particulier les propriétaires, n'hésitent donc pas à investir dans leur jardin, qu'ils considèrent comme une véritable pièce à vivre, pour y créer plusieurs univers et zone dédiés : un coin détente, un coin potager, un coin repas... ».

Recherche d'authenticité

La tendance va bien sûr vers les produits naturels avec des bois issus de forêts gérées durablement mais aussi avec des bois traités avec des produits naturels, voire même non traités... Une offre plus écologique mais aussi moderne et esthétique : « Nous proposons toute une gamme en bois de mélèze d'Europe que nous traitons avec une huile certifiée 100% naturelle, explique Christine Robin, directrice commerciale Robin Hood. Ce traitement permet notamment de ralentir le vieillissement naturel du bois, mais aussi d'offrir de belles nuances de couleurs que l'on ne



Au sol ou surélevé pour plus de praticité, le carré de potager Forest Style se décline dans toutes les tailles pour s'adapter à toutes les surfaces.

peut obtenir avec le bois traité autoclave. Lancée il y a 6 ans, cette gamme représentait à ses débuts 10% de nos ventes contre 90% de pin autoclave et de châtaignier. Aujourd'hui, l'ensemble de nos gammes est composée à 100% d'article en bois de mélèze naturel ». On assiste également à un regain d'intérêt énorme à tout ce qui touche l'aménagement du potager... Un phénomène lié au retour du désir de "faire soi-même" et de "manger sain" qui profite au carré potager, et en particulier aux modèles surélevés qui permettent de créer de petits coins de potager dans des espaces restreints tels que des balcons ou des terrasses.

Des lignes plus contemporaines

Si le bois séduit pour son côté chaleureux et naturel, le possesseur de jardin, en particulier s'il est implanté en ville ou en zone périurbaine, recherche de plus en plus des produits design, aux formes contemporaines, aux coloris tendances et faciles à installer pour décorer son jardin sans que cela dénote avec son intérieur. « Sans pour autant arrêter de proposer des produits dits classiques qui continuent

à représenter le gros des ventes, nous nous attachons à moderniser nos gammes, explique Sabine Maurer, directrice commerciale Burger/Jardipolis. Nous jouons notamment la mixité des matières avec des produits associant le bois à d'autres matériaux : du métal, de l'inox, du verre acrylique... Ces produits design et contemporains séduisent particulièrement les possesseurs de petits jardins qui n'hésitent pas à y mettre un peu plus le prix, sachant que l'espace à aménager reste restreint ». Xavier Carle, directeur marketing



Cette gamme en bois de Mélèze signée Robin Hood est recouverte d'une huile naturelle qui permet au bois de conserver sa couleur naturelle...



Ce treillis Intermas en osier naturel est recouvert de feuilles artificielles pour apporter une touche végétale sur un balcon.



La notion de jardin comme lieu de détente et de convivialité prend ici tout son sens avec ce concept clé en main de salon d'extérieur signé Burger.

Intermas précise : « Au-delà des matières et des possibilités d'association, la recherche de nouvelles ambiances passe forcément par de nouvelles couleurs : couleurs acidulées modernes, gris métal ou anthracite, et pour les déco plus rustiques, rouille antique. Des tonalités qui devront se retrouver sur divers aménagements de façon à créer un lien visuel fort ». Enfin, véritable révolution de ses 10 dernières

terrasses... Un domaine dans lequel on voit apparaître de nouvelles solutions permettant de végétaliser et d'optimiser l'espace comme des carrés potagers sur pied, des panneaux végétalisables, des bacs aux formes hautes, des dalles clip-sables en 30 x 30, des rangements adaptés aux petites surfaces, ... Cela passe aussi par le développement de produits modulables, faciles à installer et qui s'adaptent à toutes les surfaces et configurations : panneaux d'occultation à lames emboîtables qui permettent d'adapter la hauteur, concepts de terrasse sur pilotis et recoupable...



Un concept 2 en 1 signée burger qui surfe sur la tendance du jardin vertical et qui joue sur la mixité des matières.

Une envolée des prix des matières premières

Si le marché de l'aménagement bois enregistre de beaux résultats, notamment grâce aux fabricants qui ont su s'adapter et anticiper les tendances, il souffre depuis quelques années de l'envolée des prix des matières premières et des coûts de transport : « Entre début 2009 et mi 2011, le prix des grumes de bois en pin sylvestre en provenance de Pologne a subi une hausse des prix de 52 %,

Près de **58 %** de français sont propriétaires de leur propre logement, dont 56 % en logement individuel (sources : Insee)

explique Rébecca Genneau, responsable marketing Forest Style. Une augmentation qui s'explique d'une part par un phénomène de rattrapage des tarifs suite à la forte chute des prix enregistrée en 2007 et 2008. De plus, le marché a du faire face à une augmentation de la consommation européenne qui a entraîné une pénurie de matières premières, mais aussi de camion... Et donc une surenchère des prix des matières premières et du transport... Mais rappelons tout de même que malgré ces hausses, le prix final des produits en pin sylvestre reste très compétitif par rapport aux autres essences européennes et exotiques ». Pour Sabine Maurer, directrice commerciale Burger/Jardipolis : « Il n'est plus possible de faire supporter ses hausses tarifaires brutales uniquement aux fabricants, au risque de mettre en péril nos entreprises. Nous ne pouvons plus nous permettre de tenir nos tarifs sur 18 mois comme c'est le cas actuellement, mais sur 6 mois, voire au trimestre, afin de réduire les tensions tarifaires ».

Un bel avenir

Au vu des résultats et des innovations attendues, il est fort à penser

que le marché de l'aménagement bois a encore de beaux jours devant lui... « L'aménagement du jardin est un marché porteur, très dynamique et qui évolue très vite, explique Christine Robin, directrice commerciale Robin Hood. Si les nouvelles matières viennent concurrencer le bois, ce dernier continuera à s'imposer dans les jardins. Tout d'abord parce que c'est un matériau noble, durable, moins soumis aux effets de mode... Mais aussi parce qu'il a su se rendre plus moderne avec des produits teintés,

En France, 13 millions de ménages disposent d'un balcon ou d'une terrasse. **60%** d'entre eux sont des possesseurs de jardin, soit un potentiel de 5,2 millions de ménages non jardiniers à séduire... (chiffres Promojardin)

design, simples à mettre en œuvre et à utiliser. Il reste cependant un travail à fournir pour valoriser cette offre en magasin pour mettre en avant ses atouts. Cela doit passer par de la théâtralisation afin que le consommateur puisse se rendre compte du résultat final, ce qui n'est pas possible si le produit reste en rayon. Il est aussi important de rappeler que le bois doit garder aspect neuf en magasin ! S'il on veut éviter les non-ventes, il est primordial de le protéger de la pluie et du soleil ».

Laure Lebigre



Des lignes contemporaines et épurées pour cette gamme composée de 3 produits à toit plat signés Forest Style.