



Toutes les nouveautés jardin/bricolage seront présentées en avant-première lors des JdC Garden Trends aux professionnels de la distribution.

À découvrir les 28-29 et 30 mars au Parc Chanot de Marseille.

Le salon des Journées Des Collections Garden Trends, orchestré par Infopro Digital, n°4 français de l'organisation de salons B to B, sous la direction de Jean-Luc Garnier, existe depuis 20 ans. Ce rendez-vous professionnel, devenu incontournable pour tous les acteurs de la filière jardin, s'est tenu jusqu'en 2014 à l'abbaye de Chaalis, dans le nord de la région parisienne. Depuis, il se déroule dans la 2^{ème} ville de France, à Marseille, avec pour cadre le Parc Chanot. Les 28, 29 et 30 mars prochains, l'édition 2023 des JdC Garden Trends ouvrira donc ses portes aux acheteurs de la distribution « jardin », avec 380 exposants, toujours plus d'innovations et de nouveautés gravitant autour de 3 pôles : l'art de vivre en extérieur, le jardinage & la culture, l'aménagement & la construction des bâtis. Pendant 3 jours, plus de 1 300 acheteurs de la distribution française, dont 130 internationaux originaires de 21 pays, viendront arpenter les allées du salon, et pourront alors y rencontrer les 380 exposants qui affichent plus de 1 000 marques. Lors de ce rendez-vous inédit en France, les acheteurs ont pour objectif de décrypter les tendances, de référencer les produits innovants répondant aux attentes des jardiniers amateurs pour la saison 2024. Un véritable show-room grandeur nature plongera le visiteur au cœur du jardin de demain : cette immersion totale lui permettra de toucher, tester, évaluer l'ingéniosité des nouveaux produits et de prototypes parfois. Les acheteurs de toute la distribution brico/jardin, les journalistes de la presse grand public, les influenceurs ou tendanceurs qui contribuent au lancement des futures tendances, deviendront-ils des adeptes de ce rendez-vous unique ?



Une 1ère solution pour maintenir l'écosystème végétal : les échanges entre les producteurs et les fabricants. Un 4^{ème} et nouveau pôle va même offrir la possibilité de rencontrer une sélection de producteurs de végétaux.

« La création de ce 4^{ème} pôle constitue un axe de développement cohérent. Il répond aux attentes des acheteurs et des producteurs qui souhaitent profiter de cette concentration unique en France de décisionnaires du retail jardin. La présence de ce 4^{ème} pôle est donc une évidence », déclare Jean-Luc Garnier, directeur du salon. Sylvie Robert, déléguée générale d'Excellence végétale, précise à ce sujet qu'il s'agit « d'une belle opportunité de marché, car le secteur, touché de plein fouet par la crise de l'énergie, doit réagir. Il faut travailler davantage avec les produits manufacturés comme l'arrosage ou le terreau pour trouver de nouvelles perspectives. »



Place de village, Espace de Restauration



La principale préoccupation des marques est : Comment réduire son impact sur l'environnement, en s'adressant à chaque type de consommateur, qu'il s'agisse des amateurs comme des passionnés d'espaces verts ?



Julie Hoang, la directrice marketing et communication de **Gardena**, déclare : « *Nous travaillons beaucoup sur toutes les questions liées à l'environnement, aux économies d'eau et au développement durable. Les consommateurs ont compris les enjeux du réchauffement climatique et ils nous demandent de nous impliquer complètement dans les solutions à apporter.* » Gardena envisage en 2023 une refonte complète de sa gamme d'arrosage goutte-à-goutte (Micro-Drip System). La marque veut limiter le nombre de références pour **simplifier le choix du consommateur** à l'aide, entre autres, de codes couleur sur tous les emballages. Elle entend ainsi faire une **offre complète d'arrosage** afin de **répondre à tous les besoins** des consommateurs. Qu'il s'agisse de l'arrosage des plantes en pot comme des végétaux en ligne, tels les haies, les buissons et les massifs. Julie Hoang précise : « *Nous pensons également que la connectique au jardin est encore très peu développée en France par rapport à d'autres pays nord-européens. C'est sans doute lié à des différences culturelles. Mais Gardena va beaucoup innover en la matière dans les prochaines années. Nous croyons qu'il existe un marché pour cela. Le jardinier pourra à distance tondre sa pelouse, arroser son gazon, déclencher la pompe installée dans son puits pour arroser le potager, connaître l'état de l'humidité du sol grâce à des capteurs...* » La marque entend également introduire un **nouveau tuyau fabriqué à base de matériaux recyclés** pour compléter sa gamme EcoLine et proposer une **gamme de pompes silencieuses consommant moins d'énergie**.

Parallèlement,



Marion Pierchon, responsable marketing et communication de **La Florentaise**, détaille : « *Nous poursuivons notre quête de substituts aux composés non renouvelables pour proposer des produits issus de matières premières locales et durables. Par exemple, cette année, la Florentaise lance le copeau brique, un résidu de briqueterie qui peut remplacer la bille d'argile. Nous avons un grand avantage. Contrairement à certains outils que le consommateur n'achète qu'une fois et qui ont peut-être été vendus en masse pendant le confinement, les jardiniers auront toujours besoin de terreaux, d'amendements ou de paillis, et ce tous les ans. Si le marché se stabilise en 2023, ce serait déjà très bien. Et, pour 2024, tout le monde souhaite trouver, je pense, de nouveaux marchés, de nouveaux segments pour faire de la croissance. De toute façon, il n'y a pas le choix, la nature change sous l'effet du réchauffement climatique. Les clients sont de plus en plus sensibles, surtout les jeunes générations, aux émissions de carbone. Oui il y a encore de beaux challenges à relever !* »

De même,



La responsable de communication de **Vilmorin**, **Aurélie Andes**, ne nie pas non plus les difficultés notamment géopolitiques. Elle reste néanmoins optimiste : « *Nous attendons les Journées des Collections avec impatience puisque nous allons fêter les 280 ans de Vilmorin. La marque a gagné plus de 9 points de parts de marché depuis 2019 sur le segment du gazon grâce à notre nouvelle gamme. Nous avons aussi connu une embellie sur la fin de l'année 2022 notamment sur le marché de la pelouse, qui a connu une belle reprise à l'automne. Vilmorin consolide également ses positions sur le marché des semences potagères et florales. Pour 2023, nous espérons que le contexte inflationniste ramène les jardiniers vers les semences potagères. Elles représentent une véritable source d'économie. Ce printemps, nous arrivons en magasin avec notre nouvelle sacherie Gondian. Nous avons en effet relancé la marque l'an dernier. Nous proposons donc un emballage papier qui est 100% recyclé. L'intégralité de la filière de nos emballages est française, du bois à la transformation du papier en passant par le façonnage des sachets.* » La marque continue par ailleurs à **développer des sélections variétales qui répondent aux problématiques de maladies**, de parasites ou de stress thermique.

Voici un aperçu des réponses marché à découvrir aux JdC Garden Trends, recueillies par David Fouillé.



Au cœur des tendances et du jardin de demain

L'espace **Tendances** sera conçu en **collaboration** avec Manuel Rucar, du **cabinet de tendances Chlorosphère**, et les **coaches de la marque Silence ça pousse**. Cet espace **illustrera** l'une des tendances phares des prochaines collections : le **jardin résistant au climat**, face auquel l'une des alternatives est la **création d'îlots de chaleur**, mais aussi le recours à des innovations pour **rendre les jardins de plus en plus autonomes**. Des innovations inspirées par la nature qui demeure l'une des meilleures sources d'inspiration.

Le végétal made in France, une nouvelle exigence

L'étiquette bleu, blanc, rouge a repris des couleurs pendant la pandémie. **Les Français veulent** désormais du **végétal produit dans l'Hexagone**, ou de manière vertueuse. Les JdC sont l'occasion d'entamer des discussions avec une filière qui innove. 8 consommateurs / 10 déclarent que c'est un **gage de qualité, d'éthique et d'écoresponsabilité...**

Le jardin, un reflet de ses goûts et de sa personnalité

La **montée en gamme de la décoration de jardin** s'effectue peu à peu. Devenu désormais pièce à vivre, les Français meublent leur nouveau salon, d'autant que la météo clémente allonge la saison au printemps et à l'automne. C'est à une opportunité à saisir...

Le retour tant attendu de la couleur !

En 2015, disparaissaient de nos rayons les « trop vus » vert anis, violet et fuchsia, surexploités dans l'industrie de la poterie et tombés en quelques années dans le mauvais goût. S'en est suivi l'âge d'or de l'antracite : valeur sûre et atemporelle. Mais face à la monotonie ambiante, associée à un quotidien anxigène depuis plus de trois ans, qui cristallise les codes esthétiques sur des tons neutres, **la couleur semble un antidote puissant**. Mettre des paillettes dans nos vies... à **condition qu'elles soient biodégradables !**



Le salon des **JdC Garden Trends** est un **rendez-vous convivial si spécifique**, qu'il offre la possibilité de découvrir en **avant-première** les **nouveautés 2023** et les **tendances 2024**. Le visiteur visionnaire peut comprendre le jardin de demain, en mesurant le bénéfice que pourra en tirer le jardinier consommateur. **Toutes les tendances de demain**, qui se dessineront dans les rayons des jardineries ou des magasins de bricolage dans un an, voire un an et demi, **viendront** très probablement **de cette nouvelle édition des JdC Garden Trends**. Un **rendez-vous incontournable** qui conforte les fabricants comme les acheteurs de la filière brico/jardin.

Retrouvez toutes les informations pratiques sur www.journeesdescollections.com/fr

Les JdC Garden Trends s'ouvrent aux médias grand public

Allez à la source des tendances de demain !



ACCRÉDITATION PRESSE

DEMANDEZ VOTRE BADGE : ► [CLIQUEZ ICI](#) ◀



À ne pas manquer aux JdC Garden Trends 2023

Programme* du 28 au 30 mars 2023

Parmi les **interventions proposées**, celle d'introduction portera sur **l'évolution des comportements** en mettant en avant « **la green génération, l'écoresponsabilité** » sous l'animation d'Yves Puget, directeur de la rédaction de LSA et de Manuel Rucar (cabinet de tendances Chlorosphère). Ce sera l'occasion de participer aux échanges de Luc Blanchet, Président de Botanic, de Sébastien Attina, CEO de Truffaut, de Vincent Avignon, Directeur Général Adjoint EXPLOITATION de TERACTION, lors de la **conférence d'ouverture**.

Quand ? Mardi 28 mars à 12h30 - Espace conférence - Hall 1.

D'autres **conférences marché** seront animées par l'institut GfK, par PromoJardin et celle RSE par l'association professionnelle Inoha. Elles permettront notamment de **partir à la découverte des grandes tendances qui se dessinent**.

▲ **Les Prix des Collections Jardin**

En distinguant les meilleurs produits des exposants, les Prix des Collections mettent en avant les pépites de demain. **Cérémonie de remise animée par Carole Tolila**, présentatrice de l'émission « Silence, ça pousse ! ».

Quand ? Mardi 28 mars à 17h00 - Espace conférence - Hall 1.

▲ **Conférence marché : Tendances Produits & Consommateurs 2022/2023 par GfK**

Guillaume Mulleret, responsable de l'expertise Jardin/Bricolage de GfK, partagera le bilan 2022 des marchés Jardin et les tendances Produits / Consommateurs à suivre en 2023.

Quand ? Mercredi 29 mars à 11h00 - Espace conférence - Hall 1.

▲ **Conférence tendances : quelles collections sont les plus attendues par les consommateurs en 2024/2025 ?**

Tour d'horizon sur les tendances des prochaines saisons avec Manuel Rucar, du cabinet de tendances Chlorosphère : matières, styles, couleurs, usages...comment évoluent les attentes des habitants envers leur jardin ?

Quand ? Mercredi 29 mars à 12h00 - Espace conférence - Hall 1.

35min + support synthétique numérique fourni aux participants.

▲ **10 produits en 10 minutes**

Le principe ? Chaque exposant dispose de 60 secondes-chrono pour présenter son produit phare ! 60 secondes pour convaincre dans la bonne humeur, au travers de présentations humoristiques, loufoques voire décalées...

Quand ? Mardi 28 mars à 15h00 - Espace conférence - Hall 1.

Mercredi 29 mars à 14h00 - Place de Village Verte - Hall 2.

▲ **Conférence marché : Tendances marché & consommateurs 2022/2023 par PromoJardin**

Quand ? Mercredi 29 mars à 15h00 - Espace conférence - Hall 1.

▲ **Espace Tendances : matérialisation d'une tendance clé pour 2024.**

Découvrez **dès l'entrée du salon**, une **ambiance scénarisée** par Manuel Rucar, du Cabinet de tendances Chlorosphère et nos partenaires exposants, pour illustrer une des tendances phares des prochaines collections : **le jardin résistant au climat**.

Où ? Sur l'Espace Tendances à l'entrée du salon, tous les jours.

*Programme arrêté au 22.02.23, non exhaustif, susceptible de modifications

Retrouvez toutes les informations pratiques sur www.journeesdescollections.com

Contact salon : Justine Alizer
justine.alizer@infopro-digital.com - 01 77 92 96 73

Contact presse : Catherine Amsterdam
ca@amsterdamcommunication.fr - 02 43 94 01 71