



JARDINAGE

L'outillage se décline au féminin

Les jardinerie proposent de plus en plus d'accessoires et d'outils destinés aux femmes. Ont-ils de réels avantages ou n'est-ce qu'une tendance marketing? L'avis de spécialistes.

Finis les bottes vert chasse trop larges, les gants «pattes d'ours» mal ajustés et les outils au manche non dégrossi. Désormais, dans certains garden centres et sur Internet, les bottes se parent de motifs fleuris et les bêches, au manche dénué d'aspérités, se teintent de fuchsia. L'outillage et les accessoires jardin se féminisent, surtout dans les pays anglo-saxons. Qu'en est-il dans les magasins spécialisés de Suisse romande? Un rapide pointage permet de relever que la plupart des jardinerie ne disposent pas de gamme «spécial femme», à l'exception de quelques enseignes sur l'arc lémanique. En campagne, la demande pour de tels outils est quasi inexistante de la part de la clientèle féminine.

Dans le secteur de l'outillage, il existe du matériel adapté dans les assortiments classiques. «Nous avons des pelles plus légères et moins larges, elles ne sont pas strictement conçues pour les femmes, mais conviennent à des gens de plus petit gabarit. Je conseille toujours à nos clients d'essayer, c'est la seule manière de trouver l'outil le mieux adapté à sa corpulence», précise Esther Kubli, horticultrice et responsable du rayon outillage au Garden Centre Burnier à La Conversion (VD). Au rayon accessoires, le choix d'articles féminins est plus grand. L'offre s'étoffe ainsi au niveau des bottes et autres chaussures d'extérieur, tout comme le choix de gants.

Des outils plus ergonomiques
Architecte-paysagiste spécialisée dans l'aménagement de jardins privés sur l'arc lémanique, Hester Macdonald abonde dans le même sens: «Si on veut pouvoir travailler plusieurs heures au jardin, il faut bien s'équiper! Si on n'utilise pas des outils



© PHOTOS OLIVIER BORN/ALAIN DOUARD



Les garden centres ne misent pas que sur les fleurs pour attirer les femmes. L'offre d'outils et d'accessoires de jardin destinés aux jardinières s'étoffe peu à peu. Les classiques prennent des couleurs et font désormais partie intégrante de la décoration du balcon ou de la terrasse! Attention toutefois à l'effet «gadget». La qualité et l'ergonomie doivent primer sur l'esthétique, comme le suggère Hester Macdonald (photo ci-contre), architecte-paysagiste.

adaptés, toutes les tâches paraîtront plus pénibles, doublées du risque de se faire mal au dos ou aux mains. C'est notamment le cas avec les sécateurs. Il est important qu'ils correspondent à la grandeur de la main et à la force de chacun.» On trouve dans le commerce des modèles conçus pour les petites mains, avec une ouverture moindre des poignées, mais également des sécateurs électroportatifs qui offrent une assis-

tance pour la coupe, ou d'autres modèles, avec batterie intégrée. «Une fois encore, je recommande aux gens d'essayer, insiste Esther Kubli. Les sécateurs dotés d'une assistance sont généralement plus lourds que les modèles normaux et peu pratiques pour des mains qui auraient perdu de leur mobilité. Par contre, il existe des modèles standards très ergonomiques, tant pour les hommes que pour les femmes.»

Qui dit jardin dit souvent gazon, et là aussi, les temps changent. Bien souvent monsieur préfère griller les saucisses pendant que madame tond. «A l'achat, la clientèle féminine optera plus volontiers pour une tondeuse électrique, moins grosse, moins bruyante et plus écologique», remarque Jean-Luc Pasquier, consultant, chroniqueur agricole et responsable de la revue *Horticulture romande*. De là à en déduire que le mâle a un faible pour les machines vrombissantes et polluantes, il n'y a qu'un pas...

tégrant de la décoration. «J'aime beaucoup les outils ornés de fleurs ou de couleurs vives, confirme Hester Macdonald. On les retrouve plus facilement et ils mettent un peu de gaieté au jardin. Toutefois, l'aspect pratique reste le critère principal de mes achats.» La jeune femme craque aussi pour les lignes de vêtements de jardin pour femme. «Mes clientes les trouvent irrésistibles», confie-t-elle. Là aussi, une révolution, venue du nord de l'Europe, est en route. Salopette multipoches en imprimé Liberty, tablier dans les tons pastel, gants et chaussures assortis sont de mises, le tout dans des matières naturelles et résistantes. Les jardinières romandes troqueront-elles leurs «habits de jardin», souvent usagés et pas dommagés pour des tenues spécialisées plus élégantes? A voir. Toutefois, la tendance montre que publicité et marketing sont en train de faire du jardin au féminin leur nouveau marché.

MARJORIE SIEGRIST ■

BON À SAVOIR

Défilé de lingerie au garden centre

Une femme est au centre de l'affiche du salon Habitat et Jardin qui se tient actuellement à Lausanne. Lors de l'édition 2011 du Salon Giardina à Zurich, 66% des visiteurs étaient des femmes. «Le «Womanity» est une tendance dans le secteur des jardinerie, constate Jean-Luc Pasquier, consultant, chroniqueur agricole et responsable de la revue *Horticulture romande*. Depuis environ trois ans, on assiste à une révolution dans la façon de communiquer et d'établir des offres particulièrement ciblées sur les souhaits féminins.» Récompensé par un Trophée d'or lors du Challenge européen des jardinerie, le Garten-Center Ernst Meier AG à Dürnten (ZH) a été distingué pour sa capacité d'innovation. «Quand nous avons refait notre logo et élaboré une nouvelle stratégie marketing, en 2008, j'ai voulu que ce soit une femme qui dirige le projet pour que notre image se dote d'un côté féminin, explique Erwin Meier-Honegger, directeur. Les femmes sont plus sensibles à la décoration, elles associent pratique et élégance et sont sans doute plus critique et plus exigeantes. Au niveau des événements organisés dans notre garden centre, nous commençons à viser plus particulièrement les femmes. Un défilé de lingerie a eu lieu récemment. Toutefois, nous n'avons pas encore osé mettre sur pied une vraie ladies night.» La firme hollandaise Intratuin a organisé en novembre dernier une telle soirée, réservée aux femmes, dans ses magasins. Petits-fours, défilés de mode, concerts, coin beauté et bars à cocktails cohabitent avec les pots de fleurs et les outils de jardin dans une ambiance survoltée. Et au final, selon les organisateurs, c'est le chiffre d'affaires qui s'envole! En Romandie, de tels événements ne sont toutefois pas encore au programme.

Accessoires déco

On voit également apparaître des collections d'outils pour femme. Le plastique et l'aluminium remplacent le bois massif et l'acier trempé. Plus légers, ils sont toutefois moins performants dans une lourde terre de jardin. «Nous vendons des collections assorties qui comportent des seaux, des arrosoirs et des outils. Elles sont décoratives, mais également de qualité. Ce ne sont pas des gadgets, précise Ludovic Corbineau, responsable du Garden Centre Schilliger à Plan-les-Ouates (GE). Au niveau prix, cela se vaut. Certains produits sont même moins chers que les gammes classiques.» Dotés d'un design plus attractif, ces outils colorés, fleuris, ont du succès auprès des clientes jeunes et plutôt citadines, qui aménagent terrasses ou balcons. Plus besoin de les cacher! Ils font partie in-

PUBLICITÉ

Choisissez vos plantes sur
www.meylan.ch



garden centre MEYLAN
Ch. de Longemariaz 2 - Crissier - Tél. 021 635 33 34