

L'AIR DU TEMPS 2023

ON GOOD SOIL [EN TERRE FERTILE]

Notre société est en perte d'équilibre. La confiance dans la politique diminue et nous avons de nombreuses raisons de nous inquiéter. Car en portant prudemment notre regard au-delà de la pandémie qui semble décliner, nous sommes confrontés à une guerre en Ukraine. Les deux auront encore longtemps une grande influence sur notre société. Outre ces changements survenus de façon assez soudaine et brutale, d'autres grandes questions nous préoccupent depuis longtemps déjà. Notamment lesdits « Big 6 », six grandes sources d'incertitudes : la transition climatique, la pénurie de logements, la crise des matières premières, les soins de santé, la transition dans le monde du travail et l'enseignement. Autant de menaces qui planent sur notre société déjà si divisée. Une société qui a changé de façon si drastique que les décideurs marchent sur des œufs, incapables de prévoir si de nouveaux projets seront bien accueillis. Et sait-on encore où la terre est suffisamment fertile pour semer ses idées ? Les groupes cibles sont-ils restés les mêmes ?

Les médias exercent une influence croissante et les grandes entreprises numériques ont un pouvoir démesuré. Plus de clics signifie plus de revenus, les considérations morales étant reléguées au second plan. La polarisation et l'éloignement ne s'expriment pas seulement en ligne dans une société parallèle, il existe également un besoin physique de se retirer dans des mondes miniatures. Inquiétudes, polarisation et insatisfaction : existe-t-il encore des développements positifs ? Oui, sans aucun doute, car bien que le climat soit source de grandes inquiétudes, de nombreuses entreprises prennent le changement climatique très au sérieux, et c'est une bonne nouvelle. Elles prennent leurs responsabilités, qu'il s'agisse de production ou de communication. C'est exactement la clé du succès dans un (proche) avenir. La politique aussi, avec une nouvelle stratégie, attache davantage d'importance aux six grandes préoccupations mentionnées précédemment. Il n'en reste pas moins que la société est déchirée et que les inquiétudes sont énormes.

L'air du temps 2023, « On Good Soil », est articulé autour du fait que les idées pour l'avenir ne seront pas forcément bien accueillies. Les cinq tendances de valeurs suivantes donnent forme à cet air du temps.

INSTANT PERFECT [PARFAIT ET À L'INSTANT]

Tout tourne ici autour de la volonté d'aplanir les difficultés de la vie. 'Instant Perfect' est une tendance qui est essentiellement présente dans la génération Z. Il s'agit des groupes les plus soumis au stress causé par les « Big 6 ». Pour y faire face, ce groupe cible opte donc pour l'estime de soi et l'hédonisme, dans une existence où tous les problèmes sont aplanis. Se faire plaisir et faire preuve de résilience, tel est le credo. Maximiser un mini-luxe est utile, tant dans les produits abordables d'aspect luxueux que dans la possibilité de tout pouvoir se faire livrer à domicile à tout moment. Les produits dits « sans culpabilité » (guilt free), à commander auprès d'entreprises responsables, sont importants car une approche hédoniste exige également une bonne conscience de la part du consommateur. La vie se replie ainsi parfaitement autour de nous. Des exemples de ces produits ou services ? Pensez au service de livraison Gorillas, aux scooters en partage GO Sharing, à une piscine gonflable pour une personne ou à un kit de yoga pour le visage.

Piste pour la filière de l'horticulture ornementale :

Pensez aux produits abordables d'aspect luxueux, faciles à entretenir et à livrer. Insistez sur ce que le produit apporte à la santé (mentale). Montrez également que le luxe supplémentaire peut être compatible tant pour le client que pour la plante. Par exemple une luminothérapie pour soi-même, pourquoi pas pour la plante également ? Il est important que les produits soient cultivés de façon responsable et que cela soit transparent pour l'acheteur.

EARTHGENCY [URGENCE POUR LA TERRE]

Comme le dit son nom, 'Earthgency' symbolise l'urgence climatique et la prise de conscience de notre appartenance à la nature. Surpopulation, crise climatique et inégalités dans les ressources financières entre les pays nous donnent un sentiment de culpabilité et nous désespèrent. Comprendre qu'en sauvant la planète, c'est nous-mêmes que nous sauverons, c'est aussi prendre conscience de l'urgence. Cela est source non seulement d'angoisse mais aussi de détermination. Nous prenons des initiatives rationnelles et veillons à des alternatives. Il est alors important d'examiner les possibilités et de commencer leur mise en œuvre. Nous recherchons en outre des alliés qui souhaitent également prendre leurs responsabilités. Cela débouche sur des produits circulaires tels que de nouveaux matériaux de construction, des vêtements confectionnés à partir d'algues et l'application de Klarna, leader du marché des paiements différés. Cette entreprise a récemment lancé la possibilité de suivre au moyen d'une application et en temps réel l'empreinte carbone des achats réalisés via celle-ci. Le consommateur est ainsi informé de l'impact de son comportement d'acheteur sur l'environnement.

Piste pour la filière de l'horticulture ornementale :

Bien qu'il ne soit pas encore possible au sein de la filière de tout produire de façon responsable pour l'environnement, ce sujet ne peut plus être contourné. Soyez clair sur ce qui va bien et sur les points qu'il est encore possible d'améliorer. Recherchez des solutions circulaires au sein de la filière et communiquez-les au public. Par exemple, emballez vos produits dans des matériaux biodégradables. Faites preuve de transparence sur la responsabilité du producteur, du commerçant et du consommateur.

RESTORE SOCIETY [RÉPARER LA SOCIÉTÉ]

Une société brisée se répare avec l'égalité, la cohésion et le respect. Telle est la pensée véhiculée par la tendance 'Restore Society'. La société est divisée et polarisée, en partie en raison de la pandémie, de l'incertitude générée par les « Big 6 » et du manque de dynamisme politique. Il y a donc beaucoup à réparer. S'occuper les uns des autres et adopter une attitude positive à l'égard de l'avenir permet de rétablir la confiance mais aussi les rapports sociaux. Nous achetons local, autant que possible d'occasion et respectons notre environnement que nous apprécions d'avantage et qui nous pousse à réparer nos produits défectueux plutôt que de les jeter. Cela se retrouve dans la percée des « repair shops », même dans la grande distribution comme chez H&M et Zalando. Le *Circular Hub* d'IKEA s'inscrit également dans cette tendance de valeurs. Les entreprises prennent ainsi leurs responsabilités face aux problèmes sociaux. Ce nouveau regard sur la réparation débouche également sur une réévaluation des anciens métiers. C'est ainsi que nous cueillons des fleurs dans les jardins ou fermes florales et prenons ensuite le temps de les arranger de façon créative.

Piste pour la filière de l'horticulture ornementale :

Établissez des contacts chaleureux avec vos clients. Ne craignez pas que l'attention du consommateur pour les boutures de plantes et les jardins ou fermes florales affecte vos ventes. Donnez aux clients des idées pour la réutilisation et des conseils pour prolonger la durée de vie des produits. Offrir une deuxième vie aux plantes (pensez à la « boîte à plantes imparfaites »), c'est aussi montrer plus de respect pour la nature. Cela augmente la valeur ajoutée et donc commerciale des produits verts.

METAMORPH REALITY [RÉALITÉ EN MÉTAMORPHOSE]

En raison entre autres de l'urbanisation et des suites de la pandémie, nous voyons de mieux en mieux comment les fonctions sont liées entre elles. Pensez à l'intégration entre habitat et travail sous un même toit, au rapprochement entre la nature et la ville, entre l'extérieur et l'intérieur. Un phénomène d'espaces physiques qui se chevauchent. Une nouvelle tendance se produit également, appelé *metaverse*, une nouvelle phase de l'Internet par laquelle l'expérience de la toile va devenir tridimensionnelle. Là aussi, le temps et l'espace vont fusionner, pour déboucher sur de nouvelles possibilités. On dirait que nous pouvons déployer et replier notre vie, en jouant sur les éléments lieu, temps, fonction et réalité. Cette vie tridimensionnelle donne son contenu à la tendance de valeurs 'Metamorph Reality'. Dans cette « réalité à couches multiples » où le lieu, le temps, la fonction et la réalité se mélangent, l'espace entre le monde réel et le monde virtuel est de plus en plus mince. Cela donne aux gens la possibilité d'ajouter d'autres dimensions à leur vie. En ligne, vous faites au fond l'expérience de la liberté ultime, sans restriction. Comme si vous prolongiez la réalité où tout devient possible : nouvelles expériences mais aussi nouveaux produits. Un bel exemple en est l'album *Voyager* d'ABBA, mis en scène en direct avec les avatars des quatre Suédois, leurs voix d'aujourd'hui et leur aspect d'il y a quarante ans. Ou les préparatifs actuels de Zara pour un concept commercial dans le *metaverse*, où il sera possible d'acheter la collection à la fois sous forme numérique pour votre avatar dans le monde virtuel et pour vous dans le monde réel.

Piste pour la filière de l'horticulture ornementale :

Exploitez l'idée d'une nature qui se rapproche de plus en plus. La nature s'invite en ville et une révolution verte a lieu sur les balcons. L'intérieur doit rester vert et flexible, facile à moduler. C'est ainsi que nous faisons de la place pour la transformation du salon en poste de travail. Le *metaverse* peut devenir un élément important dans la promotion de la nature. Peut-être deviendra-t-il un environnement important pour commander en ligne des plantes réelles ? Ne pensez pas que cela durera encore longtemps et étudiez dès maintenant cette évolution. Une fois que le grand public sera habitué à cette façon de faire ses achats, la filière de l'horticulture ornementale en profitera aussi.

MIND THE GAP [ATTENTION AU FOSSÉ]

La cinquième et dernière tendance de valeurs que nous distinguons est 'Mind the Gap'. Une tendance qui se caractérise par la réticence face aux grands changements radicaux. La pandémie et la politique sanitaire en jouent un rôle important. Une partie de la société se sent lésée, ignorée. Le risque de radicalisation est bien réel, cette tendance s'opposant au changement et propulsant la nostalgie de la vie d'avant, la méfiance à l'égard des pouvoirs publics et l'insatisfaction face aux mesures de restriction des libertés et aux inégalités sociales. Mais il ne s'agit tout de même pas d'une tendance de valeurs basée sur la tradition. Les réticences s'expriment en effet aussi à travers ceux qui quittent le système pour embrasser un nouveau mode de vie. Des pionniers qui vivent en marge du système et souhaitent plus d'autonomie, d'autosuffisance et de durabilité en menant une vie plus sensée que ce qui est aujourd'hui considéré comme étant normal. Pensez aux écoles privées ayant leur propre programme pédagogique ou à ceux qui habitent et travaillent dans un camping-car. Offrir des perspectives et rendre le futur clair et attractif peut aider ces gens à ne pas quitter notre navire.

Piste pour la filière de l'horticulture ornementale :

Rendez votre entreprise et vos produits accessibles à tous. Voyez les produits verts comme autant de bouées de sauvetage auxquelles s'accrocher en ces temps difficiles. Faites de la nature et de sa protection un objectif commun. Montrez comment les fleurs et plantes contribuent à une vie plus durable et transforment une maison en chez-soi.