

Une saisonnalité **dérégulée**

Dans les marchés associés au jardin, il est de coutume de parler de « marché saisonnier », car la fenêtre de tir pour les ventes est souvent très courte et concentrée sur les trois mois du printemps. Pourtant, ces dernières années défient les pronostics avec des variations climatiques inhabituelles qui dérèglent les marchés. Et 2016 n'a pas failli à cette nouvelle règle, avec un début de saison poussif, un hiver 2015-2016 très doux et un début d'été très pluvieux. Pourtant, malgré des prévisions alarmistes à la fin du mois de juin 2016, le marché a rattrapé une partie de son retard à l'automne, grâce à un été indien qui revient régulièrement ces dernières années.



Le marché des tondeuses thermiques à conducteur marchant est quasi stable en valeur, alors que les modèles électriques et à batterie enregistrent de forts taux de progression. Sur un marché toujours plus concurrentiel, la parité euro-dollar défavorable a fait monter les prix, en moyenne de 10 % mais parfois davantage, ce qui a pénalisé les revendeurs spécialisés en motoculture. Seule consolation pour ces derniers, la belle arrière-saison, dont ils ont profité plus que les autres. Au mois de septembre, les grandes surfaces comme les jardinerie avaient en effet déjà replié leurs matériels motorisés pour le jardin depuis longtemps.

L'INNOVATION AMÉLIORE LE CONFORT D'UTILISATION

Les machines à moteur thermique marquent légèrement le pas en matière de volumes et progressent tout aussi légèrement en valeur, alors que la croissance est nette sur les modèles électriques et qu'elle est forte sur les tondeuses à batterie et les robots de tonte. Quelle que soit l'énergie utilisée pour tondre le gazon, le positionnement marketing de la plupart des constructeurs a changé. Fini les sempiternels affichages de puissance et de cylindrée, qui convainquaient autrefois d'acheter tel ou tel modèle. Les



Chez Higgott Mowers, dans le centre de l'Angleterre, à Ibstock (Leicester), ce point de vente agence astucieusement l'espace dont il dispose pour mettre ses machines en valeur.

arguments portent aujourd'hui davantage sur le confort de tonte et sur la surface du jardin, avec des machines faciles à démarrer et les moins polluantes possible. Les fabricants sont revenus à un discours marketing plus proche de leurs consommateurs, en prenant leurs attentes en considération afin d'y répondre avec des machines conçues pour leur plaire. Du côté des grands fournisseurs, la baisse des ventes se ressent sur certains modèles. « Les tondeuses à conducteur marchant en 41 et 42 cm ont été impactées par le marché qui recule un peu, constate Uwe Jansen-Olliges, le directeur de la division Produits d'équipement chez Honda. Nous sommes concentrés sur le

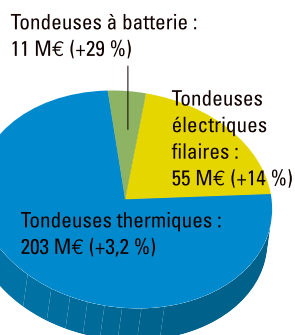


Les tondeuses à batterie progressent fortement en 2016. En 2017, le catalogue de Stiga compte déjà quatre modèles sous 80 V (en 4 et 5 Ah).



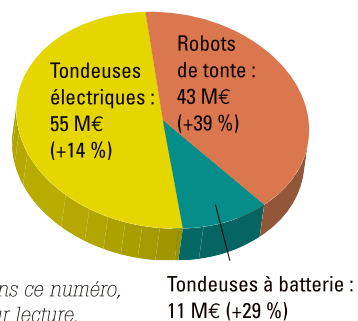
TONDEUSES À CONDUCTEUR MARCHANT › MARCHÉ TOTAL 2016 : 269 M€

Sur le marché des tondeuses à conducteur marchant, les machines à moteur à essence représentent encore plus des trois quarts des ventes en valeur, contre 20 % des ventes en tondeuses électriques filaires et 4 % des ventes en tondeuses à batterie. Pourtant, c'est cette dernière sous-famille qui enregistre les plus forts taux de progression et les meilleures marges possible pour les revendeurs.



TONTE ÉLECTRIQUE › MARCHÉ TOTAL 2016 : 109 M€

C'est ce segment dont il faut pouvoir élargir l'offre afin de proposer aux consommateurs un choix évolutif dans les modèles comme dans les prix.



Source : GfK 2016

À noter : pour tous les résultats présentés dans ce numéro, les valeurs ont été arrondies pour faciliter leur lecture.



L'habillage des murs et l'effet de gamme font ressortir cette présentation photographiée chez Brossard Motoculture.

« marché grand public haut de gamme et sur les réseaux spécialisés qui assurent le SAV de nos moteurs au quotidien. Le niveau de qualité exigé sur tous ces produits est très important dans la philosophie du groupe Honda, car nous ne travaillons que des produits finis dont nous maîtrisons la chaîne de fabrication de A à Z. » Chez Iseki, les ventes de tondeuses à conducteur marchant et à moteur thermique pour les particuliers enregistrent une hausse de 10 % en valeur, avec une gamme bien positionnée (Solo By Ai-Ko), et ce, malgré une hausse du dollar qui a pénalisé les prix. Cette bonne orientation des ventes



En 2019, toutes les tondeuses Viking auront revêtu les couleurs de la marque Stihl.

3 QUESTIONS À ALEXANDRE THORN, PRÉSIDENT DE STIHL FRANCE

Comment évolue le marché des tondeuses à conducteur marchant ?

Les tondeuses à la marque des groupements ont des prix très compétitifs et continuent à capter une clientèle nombreuse chez les revendeurs spécialisés, en se positionnant derrière le prix d'entrée de gamme. Le segment des tondeuses à batterie enregistre des progressions comprises entre 20 et 30 %. Pour les machines thermiques, l'évolution est plus nuancée : les ventes sont en croissance sur la fourchette 400-600 €, mais au-delà de 600 €, elles ne progressent plus. Il faut dire qu'au-dessus de cette somme le budget consacré peut suffire à acheter un robot de tonte d'entrée de gamme.

Quels sont les effets concrets de votre nouvelle logistique ?

Notre nouvel entrepôt nous permet d'avoir plus de capacités, en soulageant notre réseau de points de vente sur les commandes de présaison. Ce stock utile est permis par notre nouvelle capacité logistique à gérer nos flux de commandes. Nous sommes désormais capables de livrer plus fréquemment les magasins quand ils en ont besoin. La cadence des réassorts est augmentée avec une réactivité supérieure. Seul bémol, notre système de gestion informatisée a basculé sur le logiciel SAP depuis le mois de février, et ce changement d'interface informatique a généré quelques soucis techniques. Ces problèmes techniques sont en passe d'être résolus et nos équipes y travaillent d'arrache-pied, d'autant que la saison démarre assez fortement cette année.

Sur Internet, quelles sont les nouveautés à venir ?

Du côté des services en ligne, nous poursuivons le développement du « click & collect » et nous préparons un support Internet plus ergonomique pour nos clients. La chance que nous avons avec la marque Stihl, c'est de disposer d'un réseau dense et d'une marque reconnue. Nous avons ces deux forces et nos clients sur Internet vont bientôt trouver beaucoup plus vite le point de vente capable de leur fournir le produit et le service qu'ils recherchent. Dès le 1^{er} janvier 2019, tous les produits Viking – tondeuses, autoportées, broyeurs et motobineuses – porteront les couleurs et le nom de la marque Stihl.

est confirmée par Fabrice Pinel, le président de Husqvarna France : « Husqvarna a connu une très belle saison 2016, avec le lancement d'une nouvelle gamme de tondeuses équipées de carters composites en 47 cm, dont une version en 53 cm prévue pour 2017. Les ventes de milieu de gamme ont progressé sur des modèles offrant un bon design, un bon positionnement et un rapport qualité-prix intéressant. Pour 2017, nous allons également lancer deux nouveaux modèles de tondeuses à conducteur marchant à batterie. »

LES TONDEUSES JOUENT DE LA BATTERIE

C'est le début d'un phénomène qui n'est pas près de s'arrêter. Les tondeuses à batterie répondent à un triple enjeu : faire moins de bruit, ne pas polluer et être très maniables. Ces attentes correspondent aux propriétaires de petits et moyens jardins, en ville ou dans les zones urbaines. Pour Yvan Henriët, le directeur commercial de GGP France, cette embellie des ventes de modèles à batterie doit être appréciée dans son juste