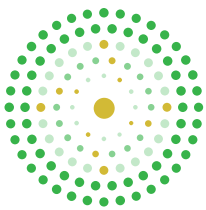


## L'ESPRIT DU TEMPS 2025

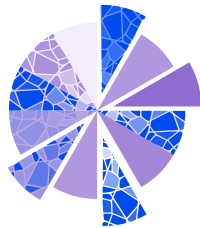
# TILTING PERSPECTIVES (CHANGEMENT DE PERSPECTIVES)

Dans l'air du temps actuel, la transition est essentielle, tant au niveau national qu'international. Nous faisons face à plusieurs crises : climatique, migratoire, de polarisation, des catastrophes naturelles et des guerres. Comparée aux années précédentes, notre perception de cette poly-crise a évolué. Bien que nous prenions ces problèmes au sérieux, nos réactions restent ambivalentes. Nous craignons que les mesures nécessaires n'affectent nos besoins fondamentaux, tout en reconnaissant l'urgence d'agir. Nous recherchons de nouvelles perspectives : un regard plein d'espoir sur l'avenir.

La peur de voir nos moyens de subsistance et notre bien-être compromis par ces changements est répandue à travers l'Europe. Le populisme de droite gagne du terrain dans plusieurs états de l'UE. L'appel au changement accentue les contradictions au sein de la société : quelle direction allons-nous prendre? Et de quoi sommes-nous prêts à nous passer? Nos vacances, nos plats préférés, notre voiture? Ces contradictions entre nos aspirations à long terme et les sacrifices que nous hésitons à faire dans l'immédiat provoquent un tumulte intérieur. Chacun en vient à adopter une perspective différente. L'esprit du temps «Changement de Perspectives», se fonde sur les divergences de points de vue concernant toutes les questions qui nous touchent. Les quatre tendances de valeurs suivantes façonnent à cet esprit du temps.



Lifecrafting



Pragmatic Progress



We-United



Smooth Radicals

## LIFECRAFTING



La peur de voir nos moyens de subsistance compromis crée un besoin de contrôle. Ce pouvoir est réalisable dans notre petite bulle. À l'intérieur, le monde devient plus petit et plus gérable, nous permettant de prendre notre vie en main. C'est chez nous, ou dans notre entourage proche, que nous trouvons sécurité, sûreté et confiance. Nous cherchons à créer des liens sociaux, car c'est ensemble que nous pouvons changer les choses, réduisant ainsi notre solitude et la dureté de notre environnement. Mais la conscience environnementale et la santé jouent également un rôle important dans la *Lifecrafting*. Nous nous sentons responsables et prenons des initiatives pour faire réellement la différence. Le groupe cible de cette tendance de valeurs est assez diversifié. Le dénominateur commun est une attitude de base rationnelle, un désir d'appartenance, et la volonté de rendre notre environnement immédiat plus amical et plus éclairé.

### Opportunités pour la filière verte

Pour mettre en pratique cette tendance de valeurs, il faut se concentrer sur les produits respectueux de l'environnement. Le groupe cible apprécie les fleurs et les plantes cultivées dans le respect du climat. Il n'est pas nécessaire de proposer de nouvelles variétés ou d'avoir une présentation révolutionnaire, innovante, grandiose ou captivante : privilégiez avant tout la sincérité et l'histoire derrière le produit. Donnez des conseils sur la manière dont les plantes peuvent influencer positivement le climat intérieur et extérieur. Les plantes d'intérieur sont en grande partie des plantes tropicales. Quelles plantes originaires de son propre pays ou continent peuvent également améliorer le climat intérieur ? Montrez d'où viennent les produits floricoles et qui a joué un rôle dans tout le processus, de la culture jusqu'à la boutique. Faites-le de manière approfondie et transparente, pour vraiment toucher votre public cible.

## PRAGMATIC PROGRESS



Le monde semble devenir de plus en plus complexe et, dans ce contexte, l'IA peut apporter des solutions pertinentes. Il ne s'agit donc pas de craindre l'utilisation des nouveaux développements technologiques, mais plutôt de se concentrer sur la simplification de la vie quotidienne. La pensée logique, rationnelle et pratique est la clé du changement. Nous n'abandonnons pas le progrès; au contraire, nous envisageons d'accélérer, de faciliter et d'innover. Pour ce faire, nous adoptons une approche flexible et pragmatique. Cette résilience et cette capacité de décision génèrent un sentiment positif. L'utilisation de la technologie crée non seulement de nouveaux matériaux et techniques, mais aussi de nouvelles idées et concepts.

### Opportunités pour la filière verte

Pour concrétiser cette tendance de valeurs, concentrez-vous sur les principaux mots-clés de *Pragmatic Progress* : simplification, optimisation, flexibilité et prévention. Choisir des plantes adaptées à votre espace de vie et à votre style de vie devrait être facilement réalisable via une application. Prenez pour exemple l'application Botanical Wonders de l'Office Hollandais des Fleurs; elle montre en un clin d'œil comment une plante s'intégrera dans votre intérieur. Soyez un pionnier dans l'utilisation de nouveaux matériaux, que ce soit pour les emballages, les pots de plantes ou les vases.

## WE-UNITED



La tendance de valeurs, *We-United*, se concentre sur l'innovation sociale. Nous aspirons à un renouveau pour réduire la pauvreté et l'inégalité des chances, et pour établir de nouvelles normes et valeurs communes dans notre société multiculturelle. Dans cette nouvelle forme de société, nous créons un nouveau « nous » en fusionnant les frontières. Qu'il s'agisse de genre, de nationalités ou de statut : ensemble, nous œuvrons pour plus de prospérité et une meilleure qualité de vie. L'éducation, l'égalité de traitement et la cohésion sociale jouent des rôles clés dans cette transition sociale. Contrairement à la tendance de valeurs *Lifecrafting*, ici, il s'agit de renforcer les liens au sein de la société, de collaborer et de bâtir ainsi une nouvelle société pour tous, et pas seulement pour notre monde en miniature.

### Opportunités pour la filière verte

Dans *We-United*, l'idée de connexion est particulièrement pertinente pour la filière horticole. Envisagez la possibilité d'offrir le même produit lors de l'achat d'un bouquet ou d'une plante à quelqu'un qui n'en a pas les moyens. Vous pouvez aussi fournir des informations supplémentaires sur les produits pour montrer que tout ce qui pousse et fleurit joue un rôle essentiel dans la nature. Parrainez un jardin d'école ou communautaire, organisez des ateliers ou des événements pour rassembler les habitants du quartier. Parlez de combien il est sain et naturel d'avoir des fleurs et des plantes chez soi. Enfin, accordez plus d'espace aux différentes cultures : explorez comment les fleurs et les plantes sont utilisées dans d'autres pays ou cultures et quelle valeur symbolique elles ont là-bas.

## SMOOTH RADICALS



Les différentes crises nous assaillent. Les problèmes, tout comme les solutions, sont vécus comme étouffants. Les inégalités socio-économiques, la charge mentale, la pénurie de logements, et la pression à la performance obscurcissent notre quotidien, duquel nous souhaitons nous échapper pour éviter cette atmosphère oppressante. Nous tentons alors de repousser les murs pour avoir la place de respirer et vivre le moment présent. Le plaisir, la créativité et la liberté jouent un rôle important, reléguant les notions de « long terme » et d'« avenir » au second plan. Ici, l'individualisme n'est pas un vilain mot, et les jeunes, en particulier, adhèrent à cette tendance de valeurs.

### Opportunités pour la filière verte

Pour transposer cette tendance de valeurs à travers les fleurs et les plantes, la notion d'espace est primordiale. Place aux grandes déclarations. Utilisez des fleurs et des plantes qui évoquent des lieux lointains ou des époques révolues. L'individualisme de cette tendance peut également être exprimé par des produits singuliers, encore méconnus. Arrangez-les de manière créative et non conventionnelle, y compris pour les objets de présentation, les vases et les pots. Tout doit être instagrammable! L'humour joue un rôle important pour séduire le public cible, alors ne vous en privez pas. Utilisez une fleur singulière dans un arrangement, donnez aux plantes des noms accrocheurs ou incorporez une touche de storytelling dans votre marketing.



SCANNEZ POUR EN SAVOIR PLUS SUR  
LES TENDANCES DE LA FILIÈRE VERTE 2025