

Application Dr Jonquille et Mr Ail- Accompagnement au jardinage et produits de potager plus responsables

Catégorie



IMPLICATION
DES CONSOMMATEURS

Date de publication



NOVEMBRE 2023



Dr Jonquille et Mr Ail est une marque numérique spécialisée dans l'accompagnement des particuliers au potager. L'enseigne facilite l'accès à l'information et distribue des produits de jardinage responsables. Cela se traduit par la diffusion de bonnes pratiques avec son application mobile et la vente de kits thématiques, de fertilisants, de petit outillage, de semences et d'un jeu de société écoconçus.

Dr. Jonquille & Mr. Ail est un établissement commercial de l'ESS (Economie Sociale et Solidaire) et une entreprise à mission.

Bénéfices environnementaux



15M

de fleurs mellifères
produites



Sourcing et mode
de production plus
respectueux de
l'environnement



Sensibilisation et
transmission de
connaissances :
accès gratuits à 200 fiches

470k€

CA annuel
(+60% en 1 an)



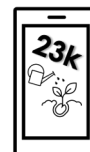
700 utilisateurs
journaliers

122k

téléchargements
de l'application



Jardins actifs



Jardins virtuels

Création de valeur



Facteurs de succès



Bien définir sa raison
d'être, ses objectifs



Se rapprocher d'un
réseau d'entraide

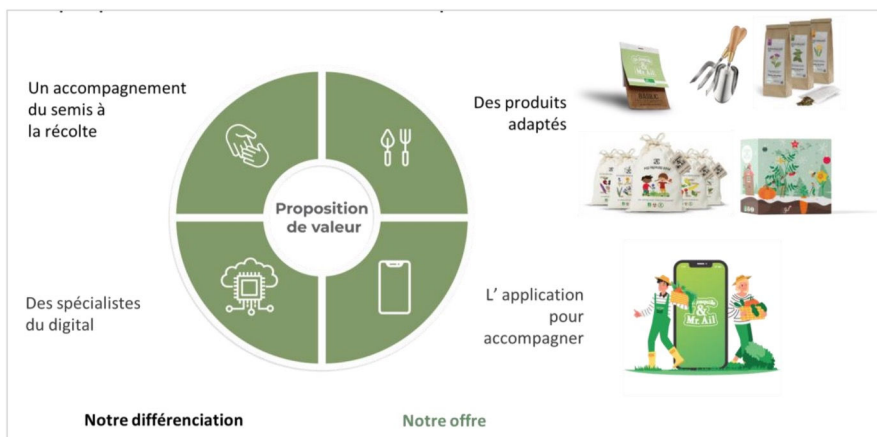


Impliquer les équipes dans
l'amélioration continue et la
durabilité de l'entreprise

Description de l'initiative

Description synthétique :

- Dr. Jonquille & Mr. Ail est une marque numérique spécialisée dans l'accompagnement au potager. Sa conviction est que le jardinage est le bon vecteur pour sensibiliser aux enjeux écologiques. Elle propose dans cette optique des expériences simples, concrètes et plus durables.
- La marque travaille sur 2 aspects : la création de produits de jardinage plus respectueux de l'environnement et le développement d'une application mobile pour faciliter l'accès à l'information sur les bonnes pratiques durables de jardinage.



La proposition de valeur de Dr. Jonquille & Mr. Ail

Communication auprès des consommateurs :

Dr. Jonquille & Mr. Ail utilise trois canaux de communication :

- **Réseaux sociaux** : animation d'une communauté de plus de 30k suiveurs avec des publications sur le jardinage, des articles (une vingtaine), des vidéos (une dizaine), des concours et jeux... En 2022-2023, plus d'1 millions de suiveurs ont été informés.
- **Relations presses** : relais pour créer de véritables émulations autour de ses actualités. (en 2023 : 9 articles en presse spécialisée, 4 en presse régionale, 2 plateaux TV régionaux & 1 passage en radio régionale).
- **Évènementiel** : organisation d'évènements de sensibilisation sur le jardinage et la biodiversité afin de démocratiser le jardinage.

Plus de 50 jardiniers ont été mobilisés en 2023 au travers un apprentissage direct dans le cadre d'ateliers de formation à des pratiques plus responsables et à la reconquête de la biodiversité. Pour encourager au jardinage pour tous, des bundles de plantes mellifères, d'engrais verts et de biostimulants sont vendus à prix coûtant pendant la semaine de la biodiversité.

Prochaines étapes et objectifs liés à cette initiative :

- Améliorer la fluidité de la navigation entre l'application et le moteur e-commerce
- Adapter le marketing de manière empirique et itérative à l'écosystème naturel du jardinier pour développer un jardinage à la fois simple, productif et riche en biodiversité.

CARACTÈRE INNOVANT

- Bien que les jardins représentent plus de 2% de la superficie du territoire métropolitain, la connaissance sur le fonctionnement de ces écosystèmes est limitée et les pratiques pas toujours respectueuses de l'environnement. Ainsi le caractère innovant de Dr Jonquille et Mr Ail réside dans :
 - Le développement d'une application mobile, source d'informations sur la pratique du jardinage et sur les bonnes pratiques responsables.
 - L'enrichissement du parcours du jardinier avec le moteur e-commerce en personnalisant les suggestions de semences, d'outils et de traitements biologiques

CRÉATION DE VALEUR

Pour l'entreprise:

- Fidélisation et attrait de plus en plus de suiveurs et clients grâce au développement de l'accompagnement.
- Meilleure connaissance des clients: adaptation de la segmentation client et de l'offre produit par la data.
- Développement de la marque employeur avec une stratégie RSE chiffrée et pluri-filiée.

Chiffres clés sur la création de valeur:

- Croissance du chiffre d'affaires de 60 %, depuis août 2022 pour atteindre 470 K€ de CA annuel.
- 122k téléchargements de l'application mobile
- Nombres de jardins:
 - 40 000 d'utilisateurs et 15 000 jardins actifs en 2023
 - pour 80 000 plantes incluant 118 espèces et 2363 variétés.
 - 23 400 jardins virtuels créés dans l'application mobile
- 700 utilisateurs actifs journaliers

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Bénéfice(s) environnemental et/ou social de l'initiative :

- L'objectif de Dr Jonquille & Mr Ail est de transmettre des outils et des connaissances à ses suiveurs et ses clients afin de leur permettre de se rapprocher du monde végétal. A terme, cet engagement a pour vocation de sensibiliser avec des expériences concrètes à l'écologie et de mobiliser les jardiniers pour faciliter la reconquête de la biodiversité.
- Dans le but de stimuler la croissance des plantes, l'activité biologique des sols et de favoriser la diversité génétique des plantes, des produits de jardinages plus responsables sont créés.
- Le développement des insectes pollinisateurs est favorisé grâce à la distribution d'un sachet de semences mellifères pour chaque commande.
- L'impact carbone est minimisé grâce à un sourcing local et plus écologique :
 - 100 % des produits bio ou UAB ;
 - Zéro plastique dans les produits et dans les envois ;
 - Zéro tourbe ;
 - 100 % des marchandises et emballages produits en UE et lorsque possible en France;
 - L'ensemble du bois et du papier utilisés dans le kit sont issus de forêts françaises gérées durablement ;
 - Impressions à l'encre végétale.
- Sur le plan de la production et de la logistique, plusieurs actions sont menées:
 - Sachets krafts et pas d'utilisation de plastique mais de la fibre de bois pour les envois ;
 - Utilisation d'agrafes et de carton pour le packaging ;
 - Réutilisation des colis pour les envois.

Chiffres clés sur les impacts de l'initiative :

- 8000 sachets de semences mellifères offerts en 2022 pour la production indirecte d'environ 15 millions de fleurs.
- 3 ateliers de sensibilisation à l'écologie et au jardinage en montés 2022 et 2 ateliers en 2023.
- Création/commercialisation en 2022 de:
 - 3 nouveaux kits de jardinage pour éveiller au monde végétal ;
 - 13 fertilisants pour stimuler la croissance des plantes et l'activité biologique ;
 - 30 nouvelles variétés de semences reproductibles pour favoriser la diversité génétique des plantes.
- Accès gratuit à plus de 200 fiches techniques à partir de l'application mobile
- Objectif premier trimestre 2024: mesure de l'impact carbone global.

ENSEIGNEMENTS

Difficultés rencontrées et moyens mis en place pour les lever :

- Dr Jonquille & Mr Ail a fait face à plusieurs défis financiers:
 - Coûts des achats responsables élevés, partiellement compensés par le prix de vente un peu plus premium.
 - Financement de l'innovation pour un projet à impact en B2C qui n'entre pas dans la thèse d'investissement des fonds et investisseurs conventionnels. Des acteurs régionaux ont été privilégiés et convaincus par les valeurs et l'ambition du projet.
- Il est difficile de mesurer les impacts indirects sur la biodiversité de cette activité. La mesure des indicateurs d'actions d'éducation à l'écologie a donc été privilégiée.
- Difficulté à modéliser toute la complexité du monde végétal. Un travail poussé sur l'UI/UX a été réalisé pour s'assurer de proposer une application à la fois simple, ergonomique et riche en information.

Clés de réussite d'un projet de marketing durable :

- Bien définir sa raison d'être et ses objectifs
- Définir un cahier des charges de pratiques durables
- Se fixer des objectifs ambitieux et périodiques
- Se rapprocher de réseaux d'entraide
- Impliquer toutes les équipes dans l'amélioration continue de la durabilité de l'entreprise
- Bien décomposer les usages et analyser leurs impacts

pour en savoir plus:

[Application Mobile](#)
[shop en ligne](#)