

Rapport sur les tendances : tendances en matière d'aménagement extérieur et de mobilier de jardin pour l'automne 2025

1. Rétrospective 2024/2025 – Contexte et évolutions

Au cours de l'année écoulée, les consommateurs européens ont été soumis à des pressions économiques. Les prix élevés de l'énergie, l'inflation et l'incertitude géopolitique ont tempéré la confiance des consommateurs[1][2]. Plus de la moitié (54 %) des Européens étaient pessimistes quant à l'économie[3]. Cela s'est traduit par une attention accrue portée à **la valeur** : les consommateurs ont massivement recherché les promotions et ont été plus attentifs au rapport qualité-prix[4][5]. De grandes études internationales montrent que le rapport qualité-prix est le facteur d'achat le plus important (cité par environ 59 % des consommateurs)[6]. Dans le même temps, les consommateurs ne se sont pas contentés de réduire leurs dépenses ; les jeunes générations se sont montrées particulièrement sensibles aux prix, mais les parents ont continué à investir dans la qualité[3]. La durabilité et la longévité sont davantage appréciées qu'un prix bas[7]. Cela s'inscrit dans la tendance « valeur ajoutée » identifiée par Euromonitor, selon laquelle les acheteurs évaluent leurs achats de manière plus consciente par rapport à leurs besoins actuels et futurs.

Comportement et préférences des consommateurs. En 2024, les consommateurs recherchaient de plus en plus des produits favorisant le bien-être et la commodité. La santé et le bien-être étaient au centre des préoccupations ; les gens aspiraient à un mode de vie plus sain à long terme (« longevity journey »). En outre, on observait un **réflexe clair en faveur du développement durable** : les consommateurs privilégiaient les options écologiques, mais à condition qu'elles offrent une qualité et des avantages démontrables. Comme le souligne Euromonitor, les consommateurs sont attentifs à l'impact environnemental et aux avantages primaires des produits : les allégations écologiques doivent être justifiées. Le besoin de simplicité et de tranquillité s'est également accru : dans un monde plein de stimuli, les gens veulent utiliser leur espace (extérieur) pour se détoxifier numériquement et se recentrer sur eux-mêmes, loin des écrans et des notifications. Cette aspiration à la simplicité et à la nature se reflète dans les tendances en matière de jardinage.

Croissance des ventes dans le segment du jardinage. Malgré les inquiétudes économiques, l'intérêt pour la maison et le jardin est resté étonnamment résistant[7]. Le rapport annuel 2025 de Pragma montre une forte croissance dans les catégories liées à l'extérieur. En 2024/25, l'intérêt pour le mobilier de piscine, les articles de jardinage et le mobilier pour enfants a clairement augmenté. Les produits liés à l'eau et au jardinage ont été particulièrement populaires. Cette croissance est en partie due à l'évolution du comportement des consommateurs : plus que jamais, le jardin est devenu une extension de la maison, un lieu où les enfants peuvent jouer et où les

familles peuvent se détendre ensemble. Les types de produits dominants l'année dernière comprenaient notamment des salons de jardin spacieux, des chaises longues confortables et des accessoires de piscine, ainsi que des articles de jardinage tels que **des jardinières** et des mini-serres. Il est intéressant de noter que *les jardinières* ont même été le groupe de produits qui a connu la croissance la plus rapide au sein de la gamme, ce qui indique une tendance au jardinage à petite échelle sur les balcons et les terrasses.

Contexte économique. Malgré la croissance de la demande dans certains segments, le secteur a dû faire face à des difficultés. Pragma a signalé une baisse du nombre total d'expéditions (juillet 2024 - juin 2025 par rapport à l'année précédente), en partie due à des achats plus prudents et à des changements macroéconomiques sur les principaux marchés européens[8]. L'incertitude tarifaire (par exemple concernant les droits d'importation UE-VS) et la concurrence locale ont pesé sur le commerce[9]. Il y a toutefois eu des points positifs : 2024 a connu une reprise de l's produits saisonniers et des articles nouvellement lancés, en particulier dans le domaine des jouets d'extérieur et des articles liés à la piscine[10]. Dans l'ensemble, les consommateurs se sont montrés prudents mais pas totalement réticents : ils ont moins dépensé pour les produits de luxe purs et davantage pour des produits de qualité abordables pour la maison et le jardin. Le « home improvement » est resté relativement **résistant**, les investissements dans le jardin comme lieu de séjour à domicile se poursuivant[7]. Cela constitue la base des tendances qui se poursuivront à l'automne 2025.

2. Saison à venir (automne 2025 - printemps 2026) : perspectives et thèmes

Pour la saison à venir, **le bien-être, la flexibilité et la frontière de plus en plus floue entre l'intérieur et l'extérieur** sont considérés comme les thèmes principaux. Les consommateurs considèrent de plus en plus leur espace extérieur comme une partie essentielle de leur cadre de vie, un lieu de détente, de bien-être et de convivialité. Dans le monde trépidant d'aujourd'hui, la vie en plein air est passée du statut de luxe à celui de nécessité[11]. La conception des terrasses et des jardins vise à créer un lien plus profond avec la nature et à offrir un confort personnel[12]. L'accent est mis sur la création d'une oasis extérieure, un **sanctuaire** qui fait sortir la vie intérieure à l'extérieur et où l'on peut se détendre.

Bien-être et vie en plein air. En parfaite adéquation avec la tendance du bien-être, les consommateurs recherchent le calme et la détente dans leur jardin. On s'attend à ce qu'à l'automne 2025 et au printemps 2026, les jardins et les balcons servent encore plus clairement d'extension du salon pour une détente consciente. Pensez à des coins yoga en plein air, des jacuzzis ou des bains froids pour le bien-être à domicile, et des coins salon pour profiter d'un livre hors ligne. Le besoin de passer du temps à l'air libre, **loin des écrans**, est grand, en contrepoint de notre vie submergée par les écrans. Cela correspond à la recherche de simplicité et de sécurité : « moins de stimuli, plus de nature » est une devise tacite. La santé joue également un rôle : être à l'extérieur est synonyme d'air frais, de vitamine D et de réduction du stress, ce que les consommateurs recherchent activement dans leur mode de vie.

Chevauchement entre intérieur et extérieur. L'une des évolutions les plus marquantes est l'imbrication croissante des espaces intérieurs et extérieurs. Les tendances en matière d'habitat et de jardin se confondent. La saison prochaine, nous verrons **apparaître des meubles d'extérieur aussi élégants et confortables que les meubles d'intérieur**. Les fabricants présentent des salons et des chaises qui, en termes de design, de rembourrage et de finition, semblent tout droit sortis du salon[13]. « La frontière entre l'intérieur et l'extérieur s'estompe de plus en plus ; de nombreux meubles d'extérieur ne dépareraient pas à l'intérieur, et c'est exactement le but recherché », confirme Challie Stillman, experte en tendances[14] . On souhaite aménager la terrasse ou la véranda avec le même soin que le salon, afin que le style et le confort soient cohérents. C'est pourquoi des matériaux tels que des textiles de haute qualité, des coussins aux motifs riches et même des tapis d'intérieur sont désormais utilisés à l'extérieur, mais dans des versions résistantes aux intempéries. Les auvents, les vérandas avec baies vitrées coulissantes et les jardins d'hiver permettent en outre de profiter du jardin même en automne et au début du printemps, prolongeant ainsi la **saison extérieure**. Le credo pour 2025/26 : créer un salon en plein air afin de pouvoir se détendre toute l'année dans son propre écrin de verdure[15].

Aménagements flexibles. En phase avec l'évolution des modes de vie – du télétravail aux réceptions plus fréquentes à domicile –, l'accent sera mis cette saison sur **la flexibilité** dans l'aménagement du jardin. Les consommateurs attendent des meubles qui s'adaptent facilement à différents moments d'utilisation. **Les salons modulaires** et les aménagements intelligents sont ainsi en plein essor (voir section 6). Avantage supplémentaire : grâce à des éléments modulaires ou facilement déplaçables, il est possible de réaménager le jardin pour organiser une soirée conviviale, par exemple, et de créer le lendemain un espace zen pour le petit-déjeuner à la même table. Cette flexibilité est particulièrement importante à l'heure où les espaces sont plus compacts, surtout en ville. Chaque élément du jardin doit être multifonctionnel, une tendance que nous aborderons plus en détail ci-après.

Les matériaux et l'ambiance (voir sections 3, 4 et 5) s'inscrivent naturellement dans ces thèmes. Les palettes de couleurs pour la nouvelle saison respirent la sérénité (tons terreux) avec ici et là une touche de gaieté pour la personnalité. Les matériaux sont choisis pour leur durabilité, ce qui rend l'environnement extérieur accueillant tout en résistant aux intempéries. Dans l'ensemble, l'automne 2025 et le printemps 2026 s'annoncent comme une période où le jardin se présentera comme **un lieu de bien-être, un salon et une aire de jeux** tout en un, les consommateurs étant plus que jamais soucieux de la qualité de vie dans leur maison et leur jardin.

3. Matériaux : durables, innovants et résistants aux intempéries

Le choix des matériaux pour le mobilier d'extérieur évolue vers **la durabilité et la haute performance**. Les matériaux classiques tels que le teck et l'aluminium restent les favoris, mais sont souvent associés à de nouvelles techniques et à des innovations écologiques. Selon une étude de marché, l'industrie investit massivement dans **des matériaux et des composites écologiques** qui durent plus longtemps[16]. Cette évolution est motivée à la fois par les souhaits des consommateurs (qui recherchent la valeur et la longévité) et par les progrès technologiques.

Bois – teck & co. Le teck est depuis toujours le matériau haut de gamme pour les meubles de jardin, et cela restera le cas en 2025/26. Le teck (et les essences de bois dur tropicales similaires telles que l'iroko ou l'eucalyptus) offre une résistance naturelle aux intempéries – l'huile contenue dans le teck rend le bois naturellement hydrofuge et résistant à la pourriture[17]. De plus, avec sa couleur chaude et son grain, le teck confère un aspect intemporel et luxueux. La durabilité joue toutefois un rôle important : la gestion responsable des forêts et la certification (FSC) sont essentielles, et *les alternatives* sont de plus en plus souvent envisagées. Le bambou, par exemple, apparaît comme une matière première renouvelable à croissance rapide pour la fabrication de meubles[18]. Il est solide, léger et repousse beaucoup plus vite que le bois dur. **Le bois européen** (par exemple, le frêne ou l'acacia traités thermiquement) est également utilisé afin de réduire les distances de transport.

Métaux – aluminium et acier. L'aluminium s'est imposé comme le métal préféré pour les meubles de jardin. Il est léger, inoxydable et nécessite peu d'entretien, ce qui le rend idéal pour l'extérieur. En 2025, nous verrons également apparaître **des innovations** intéressantes **telles que « l'aluminium aspect bois »** : des profilés en aluminium avec un revêtement ou une impression qui ressemble à du bois, offrant ainsi l'aspect chaleureux du bois avec les avantages pratiques du métal. Ce type d'innovation – aspect classique, performances modernes – plaît aux consommateurs qui souhaitent un entretien minimal sans faire de concessions sur le style[19]. L'acier (souvent thermolaqué) est principalement utilisé pour les cadres et les détails, ou sous forme de *fer* forgé pour un aspect vintage (voir section 5). Les nouvelles techniques de thermolaquage permettent d'éviter que les cadres métalliques ne se décolorent ou ne s'écaillent ; les revêtements mats (voir section 4) sont populaires pour donner un aspect épuré et moderne.

Tressage – corde et osier. Une tendance importante dans le domaine des matériaux est le retour du tressage, mais dans une version moderne. Les matériaux en corde – cordes tressées en polyester ou en polypropylène – ornent de nombreux ensembles design. Ils offrent une interprétation contemporaine du rotin ou de l'osier, avec une grande résistance aux intempéries. Au Salone del Mobile de Milan, les détails en corde et en fibres tissées étaient « presque omniprésents » dans les nouvelles collections d'extérieur[20]. Pensez aux dossiers en corde tendue ou aux sièges aux motifs tissés. La corde apporte de la texture et une touche artisanale, tout en étant résistante aux UV et à l'eau. **Le wicker** (osier) est également toujours présent : le rotin traditionnel est souvent remplacé à l'extérieur par du wicker synthétique (fibres plastiques) qui ne se fendille pas et résiste à la pluie. Ce matériau est très présent dans les grands salons tels que l'IVEX à Jakarta. La corde et l'osier restent très populaires dans les pièces de design. Ils conservent le charme chaleureux et artisanal des meubles en rotin, mais nécessitent beaucoup moins d'entretien et sont plus durables[17].

Composites et matériaux recyclés. L'innovation se retrouve également dans les nouveaux matériaux : par exemple, **les composites plastiques** qui imitent le bois ou les plastiques recyclés. **Le plastique recyclé** est en plein essor : les vieilles bouteilles en plastique ou les textiles sont transformés en planches et en fibres qui servent de matériaux pour la fabrication de meubles. Cela permet d'éviter que les déchets ne finissent dans les décharges et de produire des meubles

durables qui résistent aux intempéries[21]. Les fabricants utilisent également du métal recyclé dans les structures et des tissus d'extérieur en polyester recyclé. Ces matériaux sont généralement grand teint, résistants aux UV et durables, ce qui leur permet de soutenir *l'économie circulaire* tout en offrant une qualité optimale[21]. L'utilisation du *bois composite* en est un bon exemple : des fibres de plastique et de bois broyées sont compressées pour former des planches qui ressemblent à du bois, mais qui ne pourrissent ni ne se déforment jamais, ce qui les rend idéales pour les plateaux de table ou les terrasses.

Performances : durabilité et entretien. Les consommateurs s'attendent à ce que les meubles de jardin durent longtemps, quelles que soient les conditions météorologiques. La tendance au « **luxe durable** » signifie que les gens préfèrent investir dans des pièces de bonne qualité qui dureront des années plutôt que de remplacer chaque année des articles bon marché[22]. Les matériaux durables mentionnés ci-dessus jouent un rôle à cet égard. Les fabricants vantent également les performances élevées de leurs produits : mousse de coussin *résistante aux intempéries* qui sèche après avoir été mouillée par la pluie, tissus *résistants aux UV* qui ne se décolorent pas au soleil et revêtements résistants aux rayures et aux variations de température. Les textiles innovants tous temps (par exemple l'oléfine, l'acrylique comme Sunbrella) conservent leur couleur et leur structure pendant plusieurs saisons. Comme le souligne un rapport sur les tendances, les marques optent de plus en plus souvent pour **des finitions naturelles et des revêtements écologiques** qui sont non seulement moins nocifs, mais qui garantissent également que les couleurs restent vives et *résistantes à la décoloration* pendant longtemps[23].

Enfin, **la facilité d'entretien** est un aspect important. Les matériaux qui nécessitent peu d'entretien – l'aluminium qui ne nécessite pas de peinture, le teck qui reste beau dans son état grisé sans huile et les plastiques qui ne nécessitent qu'un simple essuyage – sont très prisés par les consommateurs actuels qui recherchent la facilité. En résumé, les tendances en matière de matériaux équilibrent esthétique et performance : des matériaux luxueux, tactiles et qui s'harmonisent avec l'intérieur, associés à des innovations qui garantissent une durée de vie plus longue et moins de tracas.

4. Couleurs et finitions : palettes naturelles, finitions mates

En 2025, **les couleurs naturelles** domineront les tendances en matière de mobilier de jardin, complétées par des accents de couleur stratégiques. D'une part, nous assistons à la poursuite des **tons terreux** et des couleurs organiques, d'autre part, à un regain d'intérêt pour les couleurs vives comme accents (également appelées « décor dopamine » en raison de leur effet stimulant).

Couleurs dominantes et combinaisons. La palette de couleurs de base pour les meubles d'extérieur est chaude et neutre. Pensez au *beige sable*, au *rouge terracotta*, aux *tons bruns doux* et au *vert mousse*, des couleurs qui s'harmonisent avec le cadre naturel du jardin et du ciel[24]. Ces teintes terreuses créent une base calme et intemporelle et mettent en valeur l'atmosphère extérieure. Au salon Salonebeurs, par exemple, une « gamme de couleurs naturelles allant du beige au vert et à la terre cuite » a été largement remarquée[25]. Les fabricants combinent souvent une base neutre (par exemple, un plateau de table en teck brun chaud ou un salon de

jardin couleur sable) avec des contrastes subtils. **Les combinaisons de couleurs** qui fonctionnent sont par exemple le beige avec le vert olive, le gris pierre avec des accents terracotta, ou le blanc avec des couleurs bois – toujours un équilibre entre le froid et le chaud.

Outre la base neutre, **les couleurs** vives sont en vogue. Après des années où le gris et le blanc dominaient, on observe désormais plus d'audace : **le bleu-vert profond (émeraude), le bleu marine et l'orange terracotta** sont cités comme des couleurs tendance qui seront très présentes[26]. Elles reflètent la nature et l'environnement (pensez au vert des plantes, au bleu de l'eau, à la terre cuite de la terre) tout en rayonnant de caractère. Ces couleurs profondes sont souvent associées à des teintes neutres plus claires (comme le blanc cassé ou le gris clair) afin de maintenir l'équilibre de l'ensemble[27]. Pour ceux qui souhaitent quelque chose de plus ludique, **des accents vifs** sont possibles : corail, jaune ocre ou bleu sarcelle (bleu-vert) utilisés par exemple dans des coussins décoratifs, des parasols ou des pots de fleurs[28]. Il est important que ces couleurs vives soient utilisées avec parcimonie et à bon escient : quelques touches de couleur stratégiques apportent de la personnalité sans perturber la sérénité.

Tendances en matière de finitions mates. En matière de finitions, un mot revient sans cesse : *mat*. Les revêtements et finitions mats sont en effet très populaires, tant pour les meubles que pour les accessoires. Une finition mate donne un aspect contemporain et raffiné et évite les reflets gênants sous le soleil estival. Selon les experts en couleurs de Sherwin-Williams, les consommateurs sont de plus en plus séduits par les textures mates, car elles confèrent un **aspect calme et luxueux** et soulignent la structure naturelle des matériaux[29]. On le constate sur les surfaces en bois (par exemple, le teck traité uniquement avec un scellant mat afin de mettre en valeur le grain du bois) et sur les cadres métalliques (revêtement en poudre anthracite mat ou blanc mat pour une touche moderne). Les finitions mates présentent également un avantage pratique : elles masquent mieux les petites rayures ou salissures que les surfaces brillantes et sont souvent plus faciles à entretenir. De plus, les teintes mates se combinent bien avec d'autres matériaux tendance : les revêtements mats sont souvent utilisés avec **des matériaux mixtes**, par exemple un piétement en aluminium noir mat avec des accoudoirs en teck, pour obtenir un look élégant et sobre[30]. Ce mélange de textures mates et de matériaux naturels contribue à relier visuellement l'espace extérieur à l'intérieur, ce qui s'inscrit dans la tendance indoor-outdoor[30].

Résistance des couleurs et entretien. Un aspect important de l'utilisation des couleurs à l'extérieur est leur résistance aux intempéries. Les fabricants répondent à cette exigence en proposant des laques de haute qualité et des matériaux teints dans la masse (par exemple, des plastiques colorés dans la masse ou des tissus d'extérieur teints dans la masse) afin que la couleur ne s'estompe pas rapidement. Comme mentionné précédemment, de nombreuses marques optent également pour des pigments *naturels* respectueux de l'environnement et des couches de finition résistantes aux UV, afin que les couleurs restent belles et ne se décolorent pas[23]. Il s'agit en partie d'une considération de durabilité (pas de substances nocives), mais aussi d'une question fonctionnelle : personne ne souhaite que sa chaise de jardin vert vif soit décolorée après une seule saison estivale. **L'harmonisation avec l'intérieur** entre ici en jeu : l'idée est que les couleurs des meubles d'extérieur doivent correspondre à la palette intérieure, afin que l'intérieur et l'extérieur

forment un tout. On retrouve donc souvent les mêmes couleurs : si votre intérieur comporte beaucoup de tons neutres chauds, votre mobilier de terrasse sera dans des tons terre complémentaires ; si votre intérieur est moderne et plus froid, vous verrez peut-être des tons gris avec des accents bleus à l'extérieur. L'objectif est d'obtenir une transition fluide, comme si le salon et le jardin se prolongeaient l'un dans l'autre.

En résumé : les tons naturels doux constituent la base pour 2025, avec des finitions mates qui offrent une toile chic et apaisante. Des accents peuvent y être ajoutés selon les goûts, dans des couleurs naturelles riches ou des tons joyeux, afin de refléter la personnalité du résident. Cette stratégie de couleurs équilibrée crée un aspect accueillant et cohérent de l'espace de vie extérieur, en parfaite adéquation avec la tendance du luxe *discret* qui privilégie l'élégance sobre[31].

5. Formes et styles : rétro, organique et minimaliste

Les tendances stylistiques en matière de mobilier de jardin pour 2025/2026 se caractérisent par une combinaison **d'influences rétro et de design contemporain**. D'une part, les designs nostalgiques font leur grand retour – pensez aux formes arrondies et aux matériaux vintage – d'autre part, le minimalisme et le design épuré restent populaires pour un look moderne. Il en résulte un mélange éclectique où se côtoient *formes organiques, charme classique et simplicité contemporaine*.

Des formes organiques et douces. Les angles droits laissent place aux courbes. De nombreux nouveaux designs présentent **des lignes courbes et enveloppantes** ainsi que des formes fluides qui respirent le confort et la convivialité[32]. Les fauteuils lounge aux accoudoirs incurvés, les tables d'appoint ovales et les canapés aux angles arrondis sont omniprésents. Ce langage organique s'harmonise avec l'environnement naturel (rien dans la nature n'est complètement droit) et confère aux meubles un aspect convivial et accessible. De plus, les formes plus arrondies augmentent le confort d'assise : on se « niche » pour ainsi dire dans un fauteuil baquet ou sur un canapé incurvé qui épouse les formes du corps. Les designers s'inspirent ici des styles modernes du milieu du siècle et du design des années 70, périodes durant lesquelles les lignes organiques étaient également dominantes. Lors des récents salons du design, nous avons par exemple vu des fauteuils sculpturaux et des chaises longues presque ondulées qui ressemblent à des objets d'art, mais qui sont avant tout ergonomiques.

Influences rétro et nostalgie. La nostalgie joue un rôle remarquable : **les styles vintage et rétro** connaissent un regain d'intérêt dans les espaces extérieurs. Cela se traduit par exemple par l'utilisation de **matériaux classiques** tels que le rotin et le fer forgé, clin d'œil aux vérandas des années 50 et 60. On voit également réapparaître des motifs tels que **les rayures** et les motifs tissés qui rappellent les chaises de plage et les parasols rétro d'une époque révolue[33]. Il existe également des designs avec une touche Art déco ou mid-century : pensez aux chaises longues des années 50 avec des structures métalliques élancées et des coussins colorés, ou aux bancs de jardin métalliques nostalgiques. Selon Homes & Gardens, *les rayures, le fer forgé vintage, le teck classique et le rotin* seront quelques-unes des grandes tendances en 2025[34]. Ces éléments rétro apportent du caractère et une histoire. Une chaise en rotin d'aspect vintage ou un ensemble de

chaises de café en métal blanc avec un motif en volutes confèrent immédiatement au jardin un charme et un sentiment d'histoire. Les designers décrivent cela comme du « storytelling design » : des meubles qui racontent une histoire, par exemple sur l'artisanat ou le patrimoine culturel. C'est précisément ce mélange d'ancien et de nouveau qui rend l'espace extérieur personnel et unique.



Exemple d'influences rétro et de formes organiques : un salon de jardin avec des accoudoirs arrondis et des coussins à rayures classiques, présenté dans un environnement extérieur luxueux. Ces designs combinent des éléments de style vintage (tels que le tissu rayé qui rappelle les chaises longues traditionnelles) avec des caractéristiques de confort modernes. L'ensemble dégage une élégance intemporelle à la fois nostalgique et contemporaine.[13][14]

Design minimaliste et épuré. Parallèlement à la tendance rétro, le **minimalisme** reste un pilier important. De nombreux consommateurs (en particulier dans les environnements urbains) préfèrent un **style simple et sobre** pour leur balcon ou leur terrasse. Les meubles d'extérieur minimalistes se caractérisent par *des lignes épurées, des couleurs sobres et l'absence de fioritures*. Une structure élancée en aluminium noir avec une assise grise unie, ou une table en teck à la forme purement fonctionnelle : ces designs créent une atmosphère sereine et moderne à l'extérieur. L'avantage du mobilier minimaliste réside dans son **intemporalité et sa polyvalence** : il ne se démode pas facilement et s'intègre dans divers environnements sans les dominer. De plus, le minimalisme crée une tranquillité visuelle, ce que beaucoup de gens apprécient dans leur espace extérieur d', en contrepoint à leurs intérieurs souvent très chargés. Nous constatons que les marques proposent un minimalisme modulaire : des pièces de base qui sont belles en elles-mêmes, mais qui peuvent aussi être facilement complétées ou réagencées (plus d'informations à ce sujet dans la section 6). Il est important de noter que minimaliste ne signifie pas froid : les designers veillent au confort (par exemple, des coussins d'assise épais même si la forme est épurée) et intègrent des matériaux naturels (un design épuré dans un bois chaleureux). Le jardin acquiert ainsi une esthétique *zen* qui s'inscrit parfaitement dans la tendance du bien-être.

Mélange de matériaux et ambiance visuelle. Une caractéristique frappante des styles de 2025 est la **combinaison de matériaux** au sein d'un même design afin de créer un look plus riche. Par exemple, un fauteuil lounge peut avoir un piétement métallique élancé surmonté d'une assise en corde tressée et d'accoudoirs en teck – un tel mélange apporte de la texture et de la profondeur à l'objet. Ce type de mélange de matériaux résulte à la fois de considérations esthétiques et pratiques : chaque matériau apporte son propre aspect et ses propres avantages (le métal pour la résistance, le bois pour la chaleur, le textile pour le toucher). L'atmosphère visuelle de 2025/2026 se caractérise donc par **une certaine complexité** : les meubles sont intéressants à regarder de près comme de loin, et s'harmonisent aussi bien avec le jardin qu'avec l'intérieur. La palette de couleurs (tons terreux avec des accents) et les formes (organiques/rétro vs épurées) sont encore renforcées par ce mélange de matériaux. Une chaise de forme organique avec un tressage rétro dans un cadre contemporain en aluminium raconte l'histoire de la rencontre entre tradition et modernité. Cette diversité de styles offre aux consommateurs la possibilité de s'approprier véritablement leur espace extérieur. Que l'on préfère le confort nostalgique ou la simplicité moderne, il existe une tendance qui correspond à chaque goût personnel. Et c'est souvent la combinaison qui fait la différence : un canapé minimaliste aux lignes épurées avec quelques coussins à rayures rétro peut par exemple être la solution idéale, car il réunit le meilleur des deux mondes.

6. Modularité et utilisation multifonctionnelle

Le consommateur moderne exige de la **flexibilité**, surtout lorsqu'il s'agit d'aménager des jardins, des balcons ou des terrasses de toit de petite taille. La modularité et la multifonctionnalité sont donc devenues des concepts clés dans le domaine de l'aménagement extérieur. En 2025, nous assisterons à une forte augmentation **des salons modulaires**, des modules extensibles et des solutions 2 en 1 intelligentes qui évoluent en fonction des besoins de l'utilisateur.

Salons modulaires. Les fabricants proposent de plus en plus souvent des salons composés de plusieurs éléments pouvant être combinés à volonté. Un tel ensemble se compose par exemple de modules d'assise séparés (éléments d'angle, modules centraux sans accoudoirs, poufs) que l'on peut assembler comme un puzzle. Le grand avantage est que l'on peut adapter la disposition à l'espace disponible ou à l'occasion. Pour une garden-party, vous pouvez séparer les modules pour créer plusieurs sièges ; pour un dimanche de détente, vous pouvez les assembler pour former un grand canapé lounge. **La reconfiguration infinie** est le mot d'ordre : les utilisateurs finaux peuvent jouer avec la disposition, ce qui correspond à la tendance de *l'expérience personnalisée*. Lors des salons du design espagnols, il est apparu que les canapés modulaires sont « primordiaux » – essentiels – pour les espaces extérieurs contemporains[35]. Le **canapé modulaire BOIRA** de Musola, qui propose des composants permettant de passer d'un coin intime à un ensemble de salon spacieux, en est un exemple[36][37]. Ce type de concept d'ameublement correspond à notre mode de vie flexible et : tout comme nous utilisons les espaces intérieurs de manière multifonctionnelle, nous voulons que le mobilier d'extérieur puisse en faire autant.



Salon modulaire en bord de mer. L'image ci-dessus montre un système de canapés d'extérieur modulaires, composé de différents éléments d'assise et de modules de table intégrés. L'ensemble peut être séparé ou assemblé de manière compacte selon les besoins. Cela illustre la tendance selon laquelle les salons n'ont plus de formes fixes, mais s'adaptent à la situation, d'une disposition de chaises longues à un coin salon pour plusieurs personnes. Les matériaux (plateforme en bois, coussins résistants à l'eau) et le design neutre permettent aux modules de former un ensemble cohérent dans diverses combinaisons.[36][16]

Modules extensibles et accessoires. Outre les canapés, la modularité est également présente dans d'autres meubles de jardin. *Les ensembles de salle à manger* sont équipés de plateaux de table extensibles ou de bancs que l'on peut relier entre eux. Certains salons disposent **de tables d'appoint** ou d'accoudoirs qui **peuvent être reliés entre eux** et servir de plateau de table, de sorte qu'un module supplémentaire permet de créer une chaise longue avec une table d'appoint. Certains fabricants proposent également des segments permettant d'agrandir ultérieurement un ensemble existant, par exemple un module central supplémentaire pour transformer un canapé 3 places en un canapé 4 places. Cela donne aux consommateurs l'assurance que leur investissement « évoluera » avec eux. Pour les petits espaces, **les ensembles modulaires d'angle** sont très pratiques : vous pouvez commencer avec deux modules pour former un ensemble compact, puis l'agrandir si vous déménagez ou si vous disposez de plus d'espace. Les chiffres de Pragma montrent que les catégories telles que les jardinières et autres accessoires de jardin modulaires ont connu la croissance la plus rapide, ce qui souligne le fait que les gens veulent pouvoir aménager leur espace extérieur de manière dynamique.

Produits multifonctionnels. Outre leur modularité, les meubles d'extérieur doivent souvent remplir **plusieurs fonctions**. Dans les jardins urbains compacts en particulier, on souhaite pouvoir utiliser chaque objet à double usage. Les fabricants répondent à cette demande avec des designs créatifs : *des bancs avec espace de rangement* (par exemple, un banc de jardin dont l'assise s'ouvre pour ranger des coussins ou des jouets), *des tables pliantes* qui servent de console contre le mur

lorsqu'elles ne sont pas utilisées, ou des poufs qui peuvent servir à la fois d'assise de repose-pieds, de siège supplémentaire ou de table d'appoint. **Les meubles 2 en 1** sont également très populaires, comme une chaise longue qui se transforme en balancelle en quelques gestes, ou un tabouret qui peut également servir de glacière. Ces produits répondent intelligemment au besoin de se détendre tout en utilisant l'espace de manière pratique. Les nouvelles technologies rendent la multifonctionnalité encore plus intéressante : il existe par exemple des tables d'appoint avec haut-parleurs Bluetooth intégrés ou des coussins de salon avec éclairage intégré, qui transforment un simple objet en véritable *centre de divertissement* (voir la section 8 pour les informations du salon à ce sujet).

Habitat compact et changement de mode de vie. La tendance à la modularité et à la multifonctionnalité découle en partie du fait que de nombreuses personnes vivent dans des logements plus compacts et ne disposent pas d'un grand jardin. Le balcon d'un appartement doit pouvoir servir à la fois de mini-jardin, de coin détente et d'espace de rangement. En 2025, l'industrie considère cela comme une opportunité et non comme une contrainte : **les designers adoptent le concept « petit mais raffiné ».** Il existe par exemple des ensembles de balcon modulaires : un canapé lounge pendant la journée, qui se transforme le soir en table à manger avec des chaises pour deux personnes. Certains systèmes modulaires sont orientés verticalement, comme *les modules de jardin verticaux* qui servent à la fois de support pour les plantes et de paravent, et qui peuvent être agrandis en fonction de la largeur du balcon. Ces solutions intelligentes permettent aux consommateurs de créer une expérience de vie en plein air à part entière, même sur quelques mètres carrés. Le mot d'ordre est la flexibilité : le mobilier s'adapte à vous, et non l'inverse.

Il est intéressant de noter que cette tendance touche également les grands jardins, tout simplement parce qu'elle est agréable et pratique. Ceux qui disposent de beaucoup d'espace apprécient également de pouvoir installer un salon de jardin à l'ombre en été et sous un auvent en hiver, ce qui est plus facile avec des modules séparés. De plus, cela permet de « faire évoluer » le jardin et d'adapter son agencement aux saisons ou aux événements (fêtes, barbecues, etc.). Dans l'ensemble, la modularité et la multifonctionnalité garantissent **une expérience maximale dans un espace minimal** et donnent aux consommateurs la liberté de réinventer sans cesse leur espace extérieur. Cela correspond parfaitement au mode de vie moderne, où la flexibilité, la créativité et l'efficacité occupent une place centrale[16][38].

7. Tendances de consommation : bien-être, durabilité et plaisir conscient

Le consommateur d'aujourd'hui aborde ses achats, y compris ceux destinés au jardin, avec un nouvel ensemble de valeurs. Plusieurs thèmes généraux dominent le comportement des consommateurs en 2025 : **santé et bien-être, durabilité, décisions axées sur la valeur, détox numérique et simplicité/évasion.** Ces évolutions sont confirmées par des études menées notamment par Euromonitor, McKinsey et BCG, et sont clairement perceptibles dans les choix que font les gens pour leurs dépenses liées à la vie en plein air.

La santé et le bien-être avant tout. Les tendances montrent que les consommateurs sont plus que jamais soucieux de leur bien-être physique et mental. Ils investissent dans des produits qui contribuent à un mode de vie plus sain. Pour le jardin, cela signifie des articles qui favorisent la détente et l'exercice physique. Pensez aux jacuzzis, aux saunas, aux tapis de yoga d'extérieur, mais aussi simplement aux chaises longues confortables où l'on peut pratiquer la pleine conscience. Euromonitor décrit que les gens sont engagés dans des « voyages de longévité » : ils modifient leur comportement dès maintenant pour vivre plus longtemps en bonne santé. Le jardin en tant qu'*espace de guérison* s'inscrit dans cette tendance de l : le jardinage lui-même est une thérapie pour beaucoup (mettre les mains dans la terre réduit le stress) et un environnement vert favorise le bien-être mental. Nous constatons également que les produits d'extérieur répondent aux besoins *de bien-être fonctionnel* : par exemple, un éclairage qui soutient le rythme circadien (lumière chaude le soir) ou des meubles ergonomiques. En bref, les consommateurs recherchent la santé dans leur maison et leur jardin, et les fabricants répondent à cette demande en intégrant des fonctionnalités de bien-être.

Durabilité et conscience écologique. La durabilité fait désormais partie intégrante des tendances de consommation. En Europe, une part croissante des acheteurs s'attend à ce que leurs achats soient éthiques et respectueux de l'environnement. Une analyse interne (basée sur des données de McKinsey et BCG) montre que 50 % des jeunes parents accordent de l'importance à la durabilité des jouets et que 54 % des Européens se soucient de l'environnement[39]. Dans le secteur du jardinage, cela se traduit par une préférence pour **les matériaux durables** (voir section 3), la longévité et les produits fabriqués localement ou de manière équitable. Cependant, les consommateurs sont également pragmatiques : la durabilité doit aller de pair avec la qualité et la facilité d'utilisation. En d'autres termes, ils sont prêts à payer plus cher pour une alternative écologique, à condition que ce produit soit aussi performant, voire plus performant, que la variante non durable. Ce phénomène est appelé « *Eco-logical* » : une conscience environnementale avec une touche pratique. Les fabricants répondent à cette demande en faisant preuve de transparence sur les matériaux utilisés (plastique recyclé, bois FSC), les processus de production (neutre en CO₂, sans produits chimiques nocifs) et même *les programmes de reprise* dans le cadre desquels les anciens meubles sont recyclés pour en fabriquer de nouveaux[40]. Cette attention portée à la durabilité n'est pas seulement idéaliste : c'est aussi un moyen pour le consommateur de faire des choix conscients et pérennes. En investissant aujourd'hui dans des produits de qualité qui durent plus longtemps, vous aurez moins souvent besoin de les remplacer (ce qui est bon pour la planète et pour votre portefeuille).

Comportement d'achat axé sur la valeur. L'incertitude économique a conduit les consommateurs à faire des achats très **axés sur la valeur**. Cela ne signifie pas nécessairement acheter le moins cher, mais en avoir *pour son argent*. Comme mentionné précédemment, le « bon rapport qualité-prix » est la priorité absolue dans les pays européens[6]. Dans le contexte du jardin, cela se traduit par le fait que les gens sont prêts à investir dans des achats plus importants (par exemple, un salon de jardin haut de gamme) s'ils sont convaincus de sa durée de vie et de son style intemporel. Les meubles jetables de mauvaise qualité perdent de leur attrait, car les gens se rendent compte qu'à long terme, ils sont plus coûteux et plus polluants (encore une fois, l'idée du luxe durable : mieux

vaut acheter un produit de qualité).[22]. Les consommateurs comparent les offres, lisent les avis et font preuve de stratégie : ils achètent les articles plus volumineux en basse saison ou pendant les promotions, et regroupent leurs achats lorsqu'il y a des remises sur les lots[41]. Selon BCG, tous les consommateurs ne *se tournent pas vers des produits moins chers* : la génération Z est particulièrement attentive aux prix, mais les générations plus âgées continuent d'accorder de l'importance à la qualité et à la confiance dans la marque[3]. Cela signifie que les marques doivent se positionner sur **la durabilité et la fiabilité** comme valeurs fondamentales. Chez Pragma, nous constatons par exemple que le fait de mettre en avant la résistance aux intempéries et la garantie de nos produits plaît beaucoup aux acheteurs axés sur la valeur : ils veulent être rassurés sur le bien-fondé de leur investissement.

Sans écran, divertissement à domicile et simplification. Une tendance intéressante chez les consommateurs est le choix conscient de se détendre et de se divertir à la maison, plutôt que toujours à l'extérieur ou en ligne. Nous avons déjà constaté un énorme essor du divertissement à domicile pendant la pandémie, et cet effet est durable : les gens ont découvert leur jardin comme un lieu de convivialité avec leur famille et leurs amis. Au lieu de sortir, ils créent un espace extérieur agréable pour prendre l'apéritif, faire des barbecues, organiser des soirées cinéma (avec un projecteur extérieur) ou des après-midis jeux. Ce phénomène est lié au besoin de **passer du temps de qualité sans écran**. De nombreux parents, mais aussi les jeunes eux-mêmes, indiquent vouloir vivre davantage « l'instant présent », loin de leur téléphone et de leur ordinateur portable. Le jardin offre cette possibilité : vous laissez vos appareils à l'intérieur et vous vous concentrez sur le feu de camp, la piscine ou simplement une bonne conversation. Les tendances telles que *les cuisines extérieures et les zones de divertissement* (section 2) découlent de ce besoin de profiter de son chez-soi. Euromonitor mentionne également *le « Filtered Focus »*, c'est-à-dire le besoin de filtrer les options et les stimuli pour se concentrer uniquement sur ce qui est important. Dans le contexte des loisirs, cela signifie : consacrer du temps à la famille, à la nature, aux loisirs dans son propre jardin et exclure tout bruit superflu.

Un désir de calme et de simplicité. Enfin, on observe une tendance sociale plus large : une certaine **fuite devant la complexité**. Les consommateurs aspirent à la simplicité, à l'authenticité et à des expériences significatives. Cela explique en partie la popularité du jardinage potager, du bricolage dans le jardin ou de l'aménagement d'un coin méditation à l'extérieur. Le jardin sert de refuge où l'on oublie un instant l'agitation de la vie quotidienne. Cette *quête de simplicité* comporte également une dimension culturelle : on observe un regain d'intérêt pour les anciens métiers et traditions (voir le storytelling design dans la section 8), car ils offrent un contrepoids à la fugacité du monde numérique. Les marques qui misent sur *le storytelling* – par exemple une collection de meubles de jardin inspirée du design zen japonais ou de l'artisanat local – touchent une corde sensible chez les consommateurs qui recherchent plus de profondeur dans leurs achats.

En bref, le consommateur d'aujourd'hui est exigeant, mais dans le bon sens du terme : il veut des produits qui contribuent à sa santé personnelle, qui sont fabriqués dans le respect de l'homme et de l'environnement, qui valent chaque euro dépensé et qui contribuent à faire de sa maison et de son jardin un havre de paix. Ces valeurs constituent le contexte dans lequel toutes les tendances

en matière de mobilier de jardin doivent être interprétées. Ainsi, l'engouement pour le bien-être explique les designs confortables et axés sur la détente ; la durabilité stimule l'innovation en matière de matériaux ; et les facteurs de valeur encouragent la qualité plutôt que la quantité. Pour Pragma, en tant qu'observateur des tendances et fournisseur, il est essentiel d'adopter ces tendances de consommation et de les traduire dans l'offre et les conseils proposés aux clients.

8. Inspiration des salons internationaux du design

Les tendances dont nous parlons ne sont pas apparues dans le vide : elles sont visibles et renforcées dans **les salons de design** de premier plan à travers le monde. En 2025, les événements suivants ont notamment été une source d'inspiration : **IFEX Jakarta, Maison & Objet** (Paris) et **Salone del Mobile** (Milan). En tant qu'analystes de tendances chez Pragma, nous y étions présents et nous partageons ci-dessous quelques moments forts, y compris les observations de nos collègues Alfons Woudstra (directeur de Pragma) et Lars aan de Stegge (directeur commercial) sur les changements qu'ils ont constatés sur le marché.

IFEX Jakarta 2025 – savoir-faire et matériaux naturels. À l'Indonesia International Furniture Expo (mars 2025), l'accent a été mis, comme le veut la tradition, sur le design extérieur exotique et les matériaux naturels de haute qualité. L'IFEX est réputé pour ses magnifiques collections en teck, rotin et autres bois tropicaux, souvent réalisées par des artisans locaux. *Lars aan de Stegge* remarque : « *À Jakarta, nous avons constaté une forte présence de matériaux durables et d'un savoir-faire culturellement . J'ai été frappé par la façon dont les techniques traditionnelles de tressage – pensez au magnifique rotin tissé à la main – sont désormais associées à des formes modernes. Cela confère aux meubles un caractère authentique et un look contemporain.* » En effet, une tendance marquante à l'IFEX était le **storytelling design** : chaque pièce a une histoire, ancrée dans le patrimoine ou la nature indonésiens. Il y avait par exemple des salons fabriqués à partir de morceaux de bois de bateaux en teck recyclés – chaque morceau de bois portait les traces de sa vie antérieure, ce qui donnait à l'ensemble une histoire unique. Les **combinaisons de matériaux** étaient également remarquables : des structures en teck rehaussées d'éléments en *acier inoxydable* ou en aluminium, afin d'allier un look classique à une solidité moderne (un exposant présentait un ensemble de jardin aux « designs intemporels en teck et en acier inoxydable » qui a suscité beaucoup d'intérêt[42]). En termes de couleurs, nous avons vu à Jakarta des tons de bois chauds associés à des revêtements aux couleurs terreuses ; l'ambiance générale était à **l'élegance** naturelle. Ce salon a confirmé que la durabilité ne doit pas nécessairement se faire au détriment du luxe : finitions haut de gamme et matériaux écologiques vont de pair. Le public (des acheteurs du monde entier) s'est montré particulièrement intéressé par le mélange de **culture et de design** : des pièces qui incorporaient par exemple un motif ou une histoire locale, ce qui leur permettait de se démarquer sur le marché occidental.

Maison & Objet 2025 – quand l'intérieur rencontre l'extérieur. Le grand salon du design à Paris (qui se tient deux fois par an) se concentre certes sur l'intérieur, mais la frontière entre l'intérieur et l'extérieur est mince. De nombreuses tendances outdoor y sont présentées dans un contexte intérieur et vice versa. *Alfons Woudstra* a remarqué quelque chose d'important lors du salon **Maison & Objet** : « *J'ai été frappé par le fait que les collections d'extérieur recherchent le même*

raffinement et le même confort que les pièces d'intérieur. Au salon Maison & Objet, on a pu voir que les textiles raffinés, les palettes de couleurs subtiles et même les finitions d'intérieur sont désormais également utilisés pour le mobilier d'extérieur. Le message était clair : le mobilier d'extérieur peut être aussi chic et riche en détails que le design d'intérieur. » Cette observation s'inscrit dans la tendance de chevauchement entre l'intérieur et l'extérieur. À Paris, par exemple, des marques de luxe présentaient des canapés d'extérieur recouverts de tissus haut de gamme aux couleurs tendance, accompagnés de coussins décoratifs et de tables d'appoint – une disposition comme s'il s'agissait d'un salon, mais tous les matériaux étaient résistants aux intempéries. **Couleurs utilisées** à Maison & Objet pour l'extérieur : beaucoup de tons naturels (blanc, crème, gris-vert) associés à des accents profonds tels que le bleu nuit ou le bordeaux, ce qui est un peu plus audacieux que les années précédentes. **Les influences culturelles** étaient subtiles mais présentes : on voyait des influences orientales dans les salons bas et les motifs, ou une ambiance méditerranéenne dans les tables d'appoint en céramique et les lanternes en terre cuite destinées aux patios. Une tendance claire à M&O était également **la narration par le stylisme** : les stands présentaient des meubles d'extérieur dans un décor composé de plantes, de textiles et d'objets d'art, afin de créer une expérience sensorielle (par exemple, une ambiance de riad marocain ou une terrasse de bien-être scandinave). Cela incite les consommateurs à aménager leur espace extérieur de manière thématique ou atmosphérique, ce que Pragma peut également souligner dans son marketing de contenu (par exemple, « Créez votre propre coin jardin bohème » avec les produits X et Y).

Salone del Mobile Milano 2025 – innovation et luxe dans le design d'extérieur. Le salon de Milan (avril 2025) est le plus important salon du meuble au monde et l'extérieur y occupait également une place de choix. **Les marques espagnoles et italiennes** ont donné le ton avec des designs qui élèvent la vie en plein air à un niveau supérieur, comme l'a montré un pavillon extérieur spécial[43]. Le fil rouge à Milan : **la durabilité rencontre la sophistication**[44] . Des collections ultramodernes et modulaires ont été présentées, tout en étant entièrement produites de manière durable. Nous avons vu des matériaux *de pointe* tels que des plateaux de table en céramique ressemblant à du bois, des chaises imprimées en 3D à partir de plastique recyclé et des tissus hybrides aussi doux que le coton mais résistants aux intempéries. Alfons Woudstra, également présent à Milan, a déclaré : « *Le Salone a présenté sa vision de l'avenir des espaces extérieurs : modulaires, durables et pourtant luxueux. Ce qui m'a particulièrement marqué, c'est que chaque pièce respirait le savoir-faire ; les créations avaient une âme. Cette combinaison d'artisanat intemporel (comme le tissage complexe de cordes) et de nouvelles technologies (par exemple, des structures étonnamment légères et résistantes) a montré la direction que prend notre marché. »*

Les tendances telles que **le storytelling design** étaient également présentes ici : Expormim, par exemple, a présenté une collection de meubles de salon utilisant une technique de tressage traditionnelle dans un style moderne, une histoire mêlant héritage espagnol et innovation[45][46]. **Les combinaisons de matériaux** étaient omniprésentes : aluminium et corde, teck et fibres high-tech, composite aspect béton avec inserts en bois. *Lars aan de Stegge* a remarqué que les stands des grandes marques du Salone plaçaient leurs meubles dans leur contexte : « *On voyait des pièces extérieures complètes avec éclairage, textiles et accessoires –*

tout était en harmonie. L'intégration de la technologie (par exemple, l'éclairage solaire intégré ou les haut-parleurs intelligents dissimulés dans des objets design) a notamment montré que la fonctionnalité et le design ne sont plus des mondes séparés. » Chez Kettal et Vondom, par exemple, nous avons vu des tables avec des chargeurs sans fil intégrés ou des jardinières éclairées par des LED qui créent une ambiance lumineuse le soir[47].

En termes **de couleurs et de formes**, Milan a confirmé une grande partie de ce que nous avons vu ailleurs : les formes organiques et une palette naturelle prédominaient[13], avec notamment comme thèmes stylistiques marquants **le mobilier sculptural** (des meubles comme des objets d'art, aux formes sculpturales arrondies – les créations de GamFratesi chez Dedon, par exemple) et **le blurring boundaries** (comme précédemment : l'intérieur et l'extérieur se confondent visuellement, les créations de Federica Biasi pour Emu et Gervasoni en étaient des exemples parfaits, alliant la finesse de l'intérieur et la robustesse de l'extérieur)[13][48].

En résumé, ces salons internationaux ont confirmé et enrichi les tendances présentées dans les sections précédentes. Ils montrent que les designers et les marques *du monde entier* misent sur la durabilité, la modularité, le savoir-faire (patrimoine) et le rapprochement entre l'intérieur et l'extérieur. Pour Pragma, cela signifie que nous restons attentifs à ces évolutions et que nous les traduisons dans notre collection et nos conseils. Les impressions directes d'Alfons et de Lars – respectivement d'un point de vue stratégique et commercial – soulignent que l'observation des tendances n'est pas une activité lointaine, mais qu'elle a une influence directe sur la manière dont nous concevons notre approche du marché.

9. Conclusion : fil rouge et vision de Pragma pour l'avenir

Un fil rouge clair se dégage de toutes les tendances : **le jardin est considéré comme le prolongement d'une vie intérieure consciente et axée sur la qualité**. Les consommateurs recherchent dans leur environnement extérieur les mêmes valeurs et le même confort qu'à l'intérieur, avec un accent supplémentaire sur la nature et le bien-être. Les tendances de l'automne 2025 (et dans la perspective de 2026) tournent autour de la création d'une oasis personnelle durable, flexible et élégante.

Le message clé est « **la qualité plutôt que la quantité** » : investissez dans des meubles bien conçus et durables qui dureront des années et serviront à plusieurs fins. C'est non seulement judicieux sur le plan économique, mais aussi plus durable et plus satisfaisant. Comme l'a si bien dit un designer : « Les gens ont tendance à préférer les meubles d'extérieur de très bonne qualité qui durent longtemps... ils se rendent compte que c'est finalement la solution la plus respectueuse de l'environnement »[49]. Pragma souscrit pleinement à cette vision. Dans notre collection et notre stratégie de développement, nous choisissons des matériaux et des designs intemporels et résistants à l'usure, afin que les clients puissent faire des choix conscients dont ils pourront profiter longtemps.

Pertinence pour le consommateur. Que signifient concrètement ces tendances pour vous en tant que consommateur ? Tout d'abord, votre jardin ou votre balcon recèle un énorme potentiel : il

peut favoriser votre bien-être, offrir un lieu pour passer des moments précieux avec vos proches et alléger votre vie trépidante avec une touche de nature. Les tendances vous montrent comment y parvenir : en choisissant des meubles qui correspondent à votre *style de vie* (modulaires et multifonctionnels si vous êtes pragmatique, ou lounge et luxueux si vous recherchez la détente ultime), en choisissant des couleurs et des matériaux qui *vous* font vous sentir bien (des tons terreux pour la tranquillité, ou au contraire une touche de couleur vive qui vous rend joyeux), et en tenant compte de la durabilité (des produits fabriqués de manière équitable et qui durent longtemps, pour que vous puissiez en profiter en toute bonne conscience). Avec l'émergence de tant d'options magnifiques, des canapés modulaires à l'éclairage solaire en passant par les matériaux écologiques, le consommateur peut désormais vraiment aménager son jardin comme une extension de son identité et de ses valeurs.

La vision de Pragma sur le design et l'avenir. Chez Pragma Trading, nous adhérons aux développements décrits en matière de design, de durabilité et de style de vie. Notre philosophie de conception pour les années à venir repose sur trois piliers : **la durabilité, la flexibilité et le style**. Pour nous, la durabilité signifie plus que le respect de l'environnement ; elle concerne également *la durée de vie du design* : une esthétique intemporelle qui ne se démode pas après une seule saison. La flexibilité fait référence à la pensée modulaire : nous voulons proposer des produits qui évoluent et changent avec l'utilisateur.

Enfin, le style est ce qui donne à un produit sa valeur émotionnelle. Nous recherchons des designs réfléchis et pleins de caractère, qu'il s'agisse d'un détail rétro ou d'un minimalisme hypermoderne. Nous pensons qu'en combinant ces piliers, nous pouvons proposer des meubles et des concepts d'extérieur qui correspondent vraiment à la façon dont les gens veulent vivre en 2025 et au-delà.

Un exemple clair est la façon dont nous répondons à la tendance indoor-outdoor : nous veillons à ce que nos meubles d'extérieur soient aussi confortables que les meubles d'intérieur, avec des coussins épais et de beaux tissus, mais résistants aux intempéries. Dans le même temps, nous conseillons à nos clients d'harmoniser leur style extérieur et intérieur pour plus d'harmonie. Dans le domaine du bien-être également, nous intégrons une approche globale : un salon Pragma n'est pas simplement un ensemble de chaises, mais fait partie d'une *expérience* : nous réfléchissons avec vous à la disposition (coin pour le yoga ? espace pour jouer ?), nous proposons des accessoires tels que des tapis d'extérieur et des éclairages d'ambiance pour créer l'atmosphère adéquate, etc.

Faire des choix conscients. En fin de compte, nous voulons que les consommateurs puissent faire **des choix plus conscients** grâce à la connaissance de ces tendances. Cela signifie : informez-vous (par exemple via ce livre blanc) sur les possibilités et les développements, déterminez ce qui est important pour vous (durabilité, confort, multifonctionnalité, esthétique...) et composez votre espace extérieur idéal sur cette base. Laissez-vous guider par ce dont vous avez vraiment besoin et ce qui vous rend heureux, plutôt que par des modes éphémères. Le fil rouge de toutes les tendances est en effet que le jardin doit être un lieu personnel et significatif . Cela diffère d'une personne à l'autre : certains trouvent du sens dans un jardin écologique rempli de matériaux recyclés, d'autres dans un design qui fait parler de lui, d'autres encore dans un coin de verdure

calme et sans fioritures. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, tant que le choix est *conscient et de qualité*.

Chez Pragma Trading, nous envisageons les années à venir avec optimisme. L'accent mis sur la durabilité et le bien-être correspond à nos valeurs fondamentales, et les innovations technologiques et conceptuelles en font un secteur extrêmement dynamique. Nous considérons qu'il est de notre devoir de traduire ces tendances en produits concrets et en sources d'inspiration pour nos clients, afin que chaque consommateur puisse créer son espace de vie extérieur idéal, un espace qui résiste à l'épreuve du temps et contribue à une vie heureuse et saine. Avec le souci du design, le respect de la planète et l'attention portée aux besoins individuels, nous nous dirigeons ensemble vers un avenir où la vie en plein air fait véritablement partie de *la belle vie*.

Sources :

- Pragma Trading – Annual Business Review 2025 (analyse interne des tendances et données de vente)[50]
- Euromonitor (2025) – Tendances de consommation en Europe
- Boston Consulting Group (2025) – Les consommateurs européens dans l'incertitude[1][4]
- McKinsey (2025) – Mise à jour sur le sentiment des consommateurs européens[50][7]
- Mordor Intelligence – Marché du mobilier d'extérieur 2025-2030[16][47]
- Mueble de España – Rapport sur les tendances du mobilier d'extérieur 2025[36][51]
- Salone del Mobile Milano – Rapport sur les nouveautés outdoor 2025[13][48]
- Hauser's Patio – Tendances en matière de mobilier d'extérieur 2025[26][23]
- Homes & Gardens – Tendances du mobilier d'extérieur 2025[14]

[1] [2] [4] [5] [6] [39] Les consommateurs européens se préparent à davantage d'incertitude | BCG

<https://www.bcg.com/publications/2025/europeans-brace-for-more-uncertainty>

[3] [7] [8] [9] [10] [11] [12] [15] [22] [41] [49] [50] Pragma 2025 Annual Business Review
(2).pdf file://file_000000091ec61f5a42f9e85f3e5847e

[13] [20] [25] [32] [48] À l'extérieur et à l'intérieur de la maison. Les nouveautés outdoor présentées au
Salone del Mobile 2025 | Salone del Mobile <https://www.salonemilano.it/en/articles/outdoor-furniture-design-news-2025>

[14] [34] Les tendances en matière de mobilier d'extérieur qui, selon les designers, vont faire fureur en 2025 | Homes and
Gardens <https://www.homesandgardens.com/interior-design/outdoor-furniture-trends> [16]

[47] Taille du marché du mobilier d'extérieur, tendances, parts de marché et moteurs de croissance, 2030 <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-outdoor-furniture-market>

[17] [18] [21] [23] [26] [27] [28] [38] [40] Tendances remarquables dans le domaine du mobilier d'extérieur pour 2025 - Luxury Outdoor Living by Hauser's Patio

<https://hauserspatio.com/blog/remarkable-trends-in-outdoor-furniture-for-2025/?srltid=AfmBOooeLUbpLpnRkmZppwwkUGIKe0SQZbIZdHrWfHzuTzW4AaBUVOlZ> [19]

Signature Design by Ashley® Carmel Highlands Brown Wooden ...

<https://www.lfdfurniture.com/product/signature-design-by-ashley-carmel-highlandsbrown-wooden-outdoor-dining-table-with-dark-brown-base-pcp513-625-1835080>

[24] [31] Tendances couleurs 2025 pour l'aménagement extérieur : des palettes fraîches pour le printemps <https://systempavers.com/blog/2025-outdoor-living-color-trends-fresh-palettes-for-spring>

[29] [30] Tendances en matière de finitions mates | Sherwin-Williams <https://industrial.sherwin-williams.com/na/us/en/industrial-wood/mediacenter/articles/matte-color-finish-trends.html>

[33] Tendances extérieures 2025 : la liberté de ne pas suivre les tendances <https://www.altekitaliadesign.it/en/stories/2025-outdoor-trends/>

[35] [36] [37] [45] [46] [51] Mueble de España - Actualités - 5 tendances déterminantes pour le mobilier d'extérieur en 2025 : guide professionnel <https://muebledeespana.com/newsroom/5-defining-outdoor-furniture-trends-for-2025-aprofessionals-guide>

[42] Triconville est le créateur de moments à l'IFEX

2025<https://triconville.com/blog/2025/03/20/triconville-is-the-creator-of-moments-at-ifex2025/>

[43] [44] Mueble de España - Actualités - Salone del Mobile.Milano 2025 : Spanish Outdoor Living – Design & Sustainability in Open-Air Spaces

<https://muebledeespana.com/newsroom/salone-del-mobile-milano-2025-spanishoutdoor-living-design-sustainability-in-open-air-spaces>