

# KANTAR

**Les achats de végétaux,  
arbres, plantes et fleurs  
des Français en 2018**

Mai 2019



# Sommaire

<b>Objectifs &amp; Note méthodologique</b>	3
<b>Les enseignements clés</b>	8
<b>1. Les foyers Français ont acheté autant de végétaux qu'en 2017 mais pour un budget supérieur</b>	14
1.1 <i>Le taux d'acheteurs est stable mais le budget moyen dépensé par les foyers en végétaux progresse</i>	15
1.2 <i>La jardinerie progresse en part de marché volume et en budget moyen</i>	21
1.3 <i>La contribution des « gros acheteurs de végétaux » progresse</i>	27
1.4 <i>Offrir des végétaux, un ressort d'achat fort pour les moins de 35 ans</i>	33
<b>2. Les 65 ans et plus et les foyers aux revenus confortables représentent presque la moitié des sommes dépensées pour les végétaux d'intérieur.</b>	39
2.1 <i>Le fleuriste est le 1<sup>er</sup> lieu d'achat des végétaux d'intérieur, excepté en volume où il est ex-aequo avec la grande distribution</i>	44
2.2 <i>Offrir est le premier motif d'achat</i>	49
<b>3. Hausse du budget moyen des végétaux d'extérieur</b>	56
3.1 <i>Focus plantes mellifères</i>	62
3.1 <i>Les LISA au coude à coude avec la grande distribution en parts de marché en valeur</i>	66
3.2 <i>13,3 millions d'acheteurs de végétaux à destination du jardin en 2018</i>	70
3.3 <i>La grande distribution progresse en PDM volume sur le potager mais baisse en PDM valeur</i>	76
<b>4. Les 3 quarts des foyers urbains sont acheteurs de végétaux d'intérieur ou d'extérieur</b>	82
<b>5. Polarisation du marché des végétaux pour le cimetière ou les obsèques autour de l'entretien des sépultures</b>	93

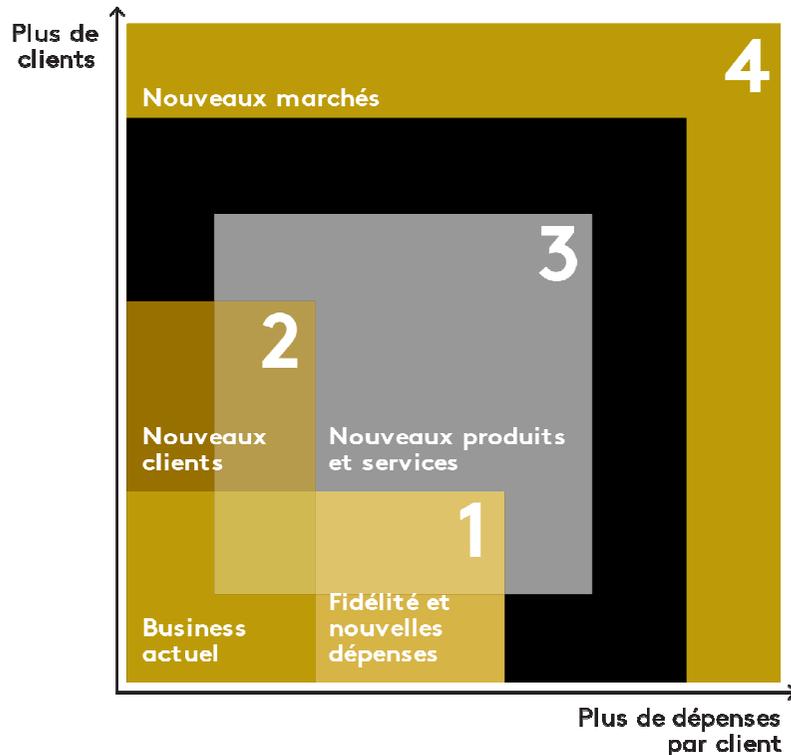


Ce document a été rédigé en accord avec les procédures Qualité Kantar TNS.  
Il a été relu et validé par Frédéric Los, Directeur Market Measurement

**OBJECTIFS  
& NOTE  
METHODOLOGIQUE**



## Enjeu pour les professionnels : soutenir la production française et les circuits de vente de végétaux spécialisés afin de maintenir la croissance de ces secteurs d'activité



### Principal enjeu de croissance

Dans un contexte économique toujours difficile pour les foyers, l'achat de végétaux d'ornement souffre depuis plusieurs années de difficultés pour maintenir ses taux d'acheteurs et les paniers moyens qui y sont consacrés.

Pour maintenir et développer ce marché, à la fois en production française et aussi en distribution spécialisée, il est nécessaire de mieux comprendre les comportements et les profils des consommateurs et non consommateurs.

### L'enjeu est triple :

- Conquérir de nouveaux clients plus jeunes pour maintenir et développer le bassin d'acheteurs.
- Faire préférer aux acheteurs la production française plutôt qu'importée
- Leur donner les raisons d'acheter en circuits spécialisés plutôt qu'en circuit généraliste en revalorisant l'acte d'achat dans les points de vente spécialisés dans le végétal.

## Des résultats issus de sondages réalisés auprès d'un échantillon permanent de foyers représentatifs des résidants en France métropolitaine



### Echantillon

- Cette étude a été réalisée à partir du **Panel consommateurs de Kantar : Metaskope**, représentatif des foyers français selon les critères sociodémographiques usuels.
- **7000 foyers interrogés** sur les achats de végétaux d'ornement et des achats de plants potagers, de pomme de terre et plantes aromatiques ou condimentaires



### Mode de recueil

- Questionnaire auto-administré, adressé par **voie postale** aux foyers sélectionnés dans le Panel.



### Dates de terrain

- **Chaque mois** (rétrospectif) dans la vague mensuelle du panel, de janvier à décembre 2018

## Les analyses du panel consommateurs sont conduites sur 2 niveaux et segmentent les lieux d'achat en 2 grandes catégories d'acteurs

### 2 NIVEAUX D'ANALYSE :

- **En cumul** : addition des achats effectués sur les 12 mois de l'année. (volume, valeur)
- **En constant** : sélection des réponses des foyers ayant répondu au moins 10 mois sur 12 (pénétration, profil, panier moyen, mixité,...)

### PROFESSIONNELS DES VÉGÉTAUX

- Fleuristes
- E-fleuristes
- Service de commande à distance de fleurs ou plantes
- Jardineries
- Coopératives agricoles, libre service
- Sur l'exploitation
- Grainetiers
- VPC

### GÉNÉRALISTES

- Hypermarchés, supermarchés et supérettes
- Jardineries d'hypermarchés
- Magasins de bricolage et de décoration
- Marchés et foires
- Autres lieux (solderie, association école, station service, etc.)

NB : Grande distribution = Hypermarchés, supermarchés et supérettes+ jardineries d'hypermarchés

**Note méthodologique** : Lorsque le total des pourcentages ne fait pas 100, cela provient soit de réponses multiples, soit des arrondis effectués sur les pourcentages (dans ce cas, la somme des pourcentages est égale à 99 ou à 101).

## Note méthodologique

Des changements dans le questionnaire sont survenus en 2018, principalement sur les catégories de types d'achats, et ce pour pouvoir correspondre encore mieux aux typologies usuelles et être plus appropriables par les professionnels du marché.

La présentation des végétaux achetés est maintenant intégrée dans la notion de catégorie. Cette dernière est ainsi simplifiée, mais aussi plus claire pour les panelistes.

Ce changement impacte la répartition des **végétaux d'intérieur** et **d'extérieur**, créant ainsi une **rupture d'historique**.

### LISTES POUR LES ACHATS DE VEGETAUX DE VOTRE FOYER

#### Liste A - Catégories de végétaux pour l'intérieur, pour l'extérieur, pour offrir ou pour déposer au cimetière

Plantes en pot	Fleurs coupées	Arbres et arbustes		Plantes et fleurs à semer / planter
01 Plante fleurie	14 Fleurs coupées vendues à la pièce	51 Arbres fruitiers (toutes formes)	58 Arbres et arbustes pour haies	53 Plantes vivaces (qui vivent plus de 2 ans)
02 Plante verte	10 Bottes déjà préparées, d'une seule espèce de fleurs	52 Arbustes petits fruits	59 Arbres et arbustes méditerranéens	54 Plantes à massif (annuelles ou bisannuelles)
03 Plante grasse		53 Fraisiers	60 Plantes de terre de bruyère	67 Plantes aquatiques
04 Cactée	11 Bottes déjà préparées, de plusieurs espèces de fleurs	54 Rosiers	61 Bulbs / topiaires	68 Bulbes et oignons à fleurs (pour les bulbes et oignons, indiquez le nombre total acheté)
05 Bonzaï		55 Conifères isolés ou de rocailles	90 Plantes grimpantes	69 Graines de fleurs
		57 Conifères pour haies	62 Autre arbre et arbuste d'ornement	70 Graines de gazon
				79 Autre plante d'ornement

#### LISTE B - PRESENTATIONS

Plantes en pot	Fleurs coupées	Arbres et arbustes, plantes et fleurs à semer / planter	
01 Pot avec une plante	03 Fleur unique (une seule fleur)	08 Sachet, pochette	12 Barquette, panier, clayette
02 Composition de plantes (plusieurs plantes dans un pot ou dans une coupe)	04 Bouquet d'une seule espèce de fleurs	09 Paquet	13 Racines nues
	05 Bouquet de plusieurs espèces de fleurs	10 Sac, filet	14 En motte
	06 Bouquet rond (déjà composé)	11 Pot, gobelet, conteneur	99 Autre présentation
	07 Composition florale ou assemblage à partir de fleurs coupées piquées dans la mousse (gerbes, couronnes, corbeilles, ...)		

### Le questionnaire 2017

#### LISTE A - TYPES D'ACHATS

01 Fleurs coupées : une seule fleur, une fleur unique	10 Plantes (fleuries ou non) vendues dans un pot (une seule plante)	18 Conifères
02 Bottes ou bouquets de fleurs coupées déjà préparées	11 Compositions de plusieurs plantes (fleuries ou non) vendues dans une jardinière, un pot ou une coupe	20 Bulbes, oignons à fleurs, griffes (ex : muguet) (pour les bulbes, oignons ou griffes indiquez le nombre total acheté)
03 Bouquets de fleurs coupées assemblées par le fleuriste	12 Plantes (fleuries ou non) vendues en godets, en barquettes	21 Sachet / paquet de graines de fleurs
04 Compositions de fleurs coupées (assemblage à partir de fleurs coupées piquées dans la mousse : gerbes, couronnes, corbeilles, ...)	13 Plantes fruitières (ex : fraisiers) en pot ou barquette	22 Sachet / paquet de graines de gazon
	14 Arbres et arbustes fruitières, y compris petits fruits (ex : framboisiers) hors fraisiers en pot / godet / conteneur	99 Autre type de végétal acheté
	15 Arbres et arbustes fruitières, y compris petits fruits (ex : framboisiers) hors fraisiers en racines nues	
	16 Arbres et arbustes non fruitières hors conifères pot / godet / conteneur (ex : Rosier, Hortensia...)	
	17 Arbres et arbustes non fruitières hors conifères en racines nues (ex : Rosier, Hortensia...)	

### Le questionnaire 2018

**LES  
ENSEIGNEMENTS  
CLES**



## Les enseignements clés en 2018

#1



LES FOYERS FRANÇAIS ONT ACHETÉ AUTANT DE VÉGÉTAUX QU'EN 2017 MAIS POUR UN BUDGET SUPÉRIEUR

#2



FORTE CONTRIBUTION EN SOMMES DÉPENSÉES POUR LES VÉGÉTAUX D'INTÉRIEUR PAR LES 65 ANS ET + ET PAR LES FOYERS AUX REVENUS CONFORTABLES

#3



PLUS DE LA MOITIÉ DES FOYERS A ACHETÉ UN VÉGÉTAL D'EXTÉRIEUR EN 2018

#4



POLARISATION DU MARCHÉ DES VÉGÉTAUX POUR LE CIMETIÈRE ET LES OBSÈQUES AUTOUR DE L'ENTRETIEN DES SÉPULTURES

## Les enseignements clés en 2018

# #1



### LES FOYERS FRANÇAIS ONT ACHETÉ AUTANT DE VÉGÉTAUX QU'EN 2017 MAIS POUR UN BUDGET SUPERIEUR

- En 2018, les  $\frac{3}{4}$  des foyers français ont acheté un végétal, ce qui représente 21,3 millions de foyers acheteurs. Après une baisse en 2017 du panier moyen des foyers acheteurs de végétaux, ce dernier regagne de l'ampleur : en effet les quantités achetées sont plus importantes (+1,6 en 2018), mais également le budget moyen qui passe de 108,8€ à 114,9€ (+6,1€).
- Les végétaux d'extérieur (ornement ou potager) constituent l'essentiel des volumes, soit 76%, mais ce chiffre est en baisse de 4 points par rapport à l'an dernier. En valeur, les parts sont plus équitables : 39% pour les végétaux d'intérieur, 37% pour les végétaux d'extérieur et 24% pour les végétaux à destination de cimetière ou d'obsèques.
- La grande distribution reste le circuit le plus fréquenté par les foyers acheteurs de végétaux (56%). Cependant en termes de quantités achetées, la jardinerie se place juste devant avec 23%, tandis que la grande distribution est à 22%. C'est toujours chez le fleuriste que les sommes dépensées sont les plus importantes. Après avoir baissé en 2017, le budget moyen est d'ailleurs en augmentation de 5,3€ pour les foyers qui achètent des végétaux chez le fleuriste.
- La contribution des « gros acheteurs » de végétaux est en augmentation cette année, après avoir baissé les années précédentes. Elle passe de 24% à 26%, la part des sommes dépensées par ce groupe est aussi plus importante en 2018 : elle passe à 51% (+4 points).
- 72% des foyers dont le chef de famille a moins de 35 ans achètent des végétaux, c'est 3 points de moins qu'en moyenne. Le budget consacré est inférieur également à la moyenne mais progresse de façon notable en 2018 (76,8€ vs 62,4€ en 2017).

## Les enseignements clés

### #2 FORTE CONTRIBUTION EN SOMMES DEPENSEES POUR LES VEGETAUX D'INTERIEUR PAR LES 65 ANS ET + ET PAR LES FOYERS AUX REVENUS CONFORTABLES

- 54% des foyers ont acheté un végétal d'intérieur en 2018. Les foyers avec un revenu de plus de 3000€ et plus représentent une part de plus en plus importante des sommes dépensées en 2018 : 46% des sommes dépensées. Même constat pour les seniors de plus de 65 ans, qui génèrent 36% des sommes dépensées sur ce segment du marché.
- Les fleurs coupées constituent toujours l'essentiel des sommes dépensées (59%), et particulièrement la rose qui demeure l'espèce la plus achetée (39% des sommes).
- Concernant les lieux d'achats, la grande distribution se retrouve à égalité avec les fleuristes à 32% sur les volumes de végétaux d'intérieur achetés. En valeur, les fleuristes se placent en tête avec 49% de part de marché.
- Offrir est de loin le premier motif d'achat et représente 79% des quantités achetées et 69% des sommes dépensées.

## Les enseignements clés

# #3



### PLUS DE LA MOITIÉ DES FOYERS A ACHETE UN VEGETAL D'EXTERIEUR EN 2018

- 55% des foyers ont acheté un végétal d'extérieur en 2018, 47% ont acheté un végétal d'ornement et 37% un végétal pour le potager.
- Les seniors génèrent 40% des sommes dépensées, tandis que les foyers dont le revenu mensuel est de plus de 3000€ représentent 46% des sommes dépensées. Les foyers vivant en appartement et ceux vivant en région parisienne ont également un poids important en valeur : respectivement 20% et 17%.
- Les acheteurs de végétaux d'extérieur fréquentent presque autant la jardinerie que la grande distribution (respectivement 44% et 42%). En parts de marché, la jardinerie se positionne comme le circuit principal : 25% en volume et 34% en valeur.
- Plus de la moitié, soit 56%, des sommes dépensées pour les végétaux d'extérieur le sont lors du second trimestre.
- Les achats de végétaux d'extérieur sont très majoritairement à destination du jardin : 88% en volume et 80% en valeur. Le complément est réalisé à destination de balcons ou terrasses.
- Concernant les achats de végétaux à destination du potager : la part de marché en volume des marchés s'élève à 17% et celle de la grande distribution à 13%. En sommes dépensées, les jardineries captent 26% du segment, et les LISA 22%.

## Les enseignements clés

# #4



### POLARISATION DU MARCHÉ DES VÉGÉTAUX POUR LE CIMETIÈRE ET LES OBSÈQUES AUTOUR DE L'ENTRETIEN DES SÉPULTURES

- Le taux de pénétration des foyers qui ont acheté un végétal pour le **cimetière** ou les **obsèques** reste identique à l'an dernier : 37% au total, 33% pour le **cimetière**, et 10% pour les **obsèques**. En revanche, les foyers dépensent plus en moyenne : le panier moyen en valeur gagne 5,5€ et passe donc à 56,8€ en 2018 (43,1€ pour les cimetières et 68,4€ pour les obsèques).
- Les **fleurs coupées** représentent une grande majorité des sommes dépensées pour les végétaux à destination d'obsèques ou cérémonies funéraires à 74%, avec en tête les roses. Pour les végétaux à destination des cimetières, les fleurs coupées génèrent 21% des sommes dépensées, derrière les plantes vertes et fleuries qui représentent elles 76% des achats en valeur.
- Le **fleuriste** arrivent en tête des lieux d'achats pour les végétaux à destination des **obsèques**, aussi bien en volume qu'en valeur : respectivement 58% et 68%. Pour les végétaux à destination du **cimetière**, les fleuristes arrivent aussi en tête avec 30%, mais uniquement en sommes dépensées. Concernant les volumes, c'est la grande distribution qui est en tête avec 25% des quantités achetées.

A woman in a light blue t-shirt is using a mobile payment app on her smartphone to pay for plants. She is standing in a nursery aisle, pushing a shopping cart filled with various potted plants, including pink and white flowers. The background shows rows of plants on wooden pallets. The image has a semi-transparent white overlay on the left side where the text is located.

**1.**

**Les foyers Français ont  
acheté autant de  
végétaux qu'en 2017  
mais pour un budget  
supérieur**



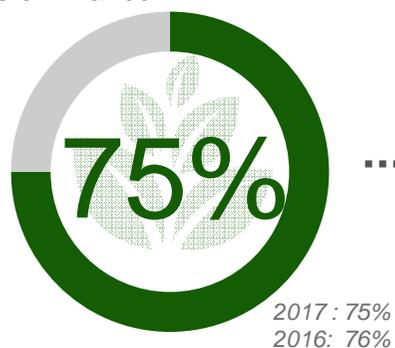
## 1.1

**Le taux d'acheteurs est stable mais le budget moyen dépensé par les foyers en végétaux progresse**

En 2018, les  $\frac{3}{4}$  des foyers ont acheté un végétal, soit 21,2 millions de foyers, un chiffre stable par rapport à 2017

## ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ORNEMENT ET POTAGER)

Taux de pénétration  
% des foyers en France



Nombre de foyers  
en millions



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers (7000)

En 2018, 28 371 810  
foyers en France

# Après une baisse en 2017, les volumes et les sommes repartent à la hausse

## Le panier moyen en volume et en valeur par foyer acheteur

### ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (5328)



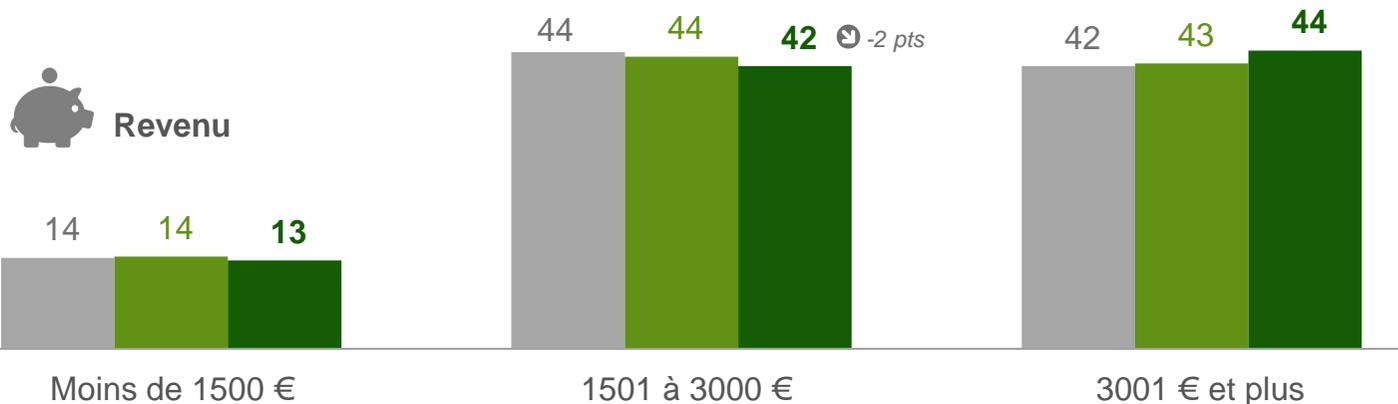
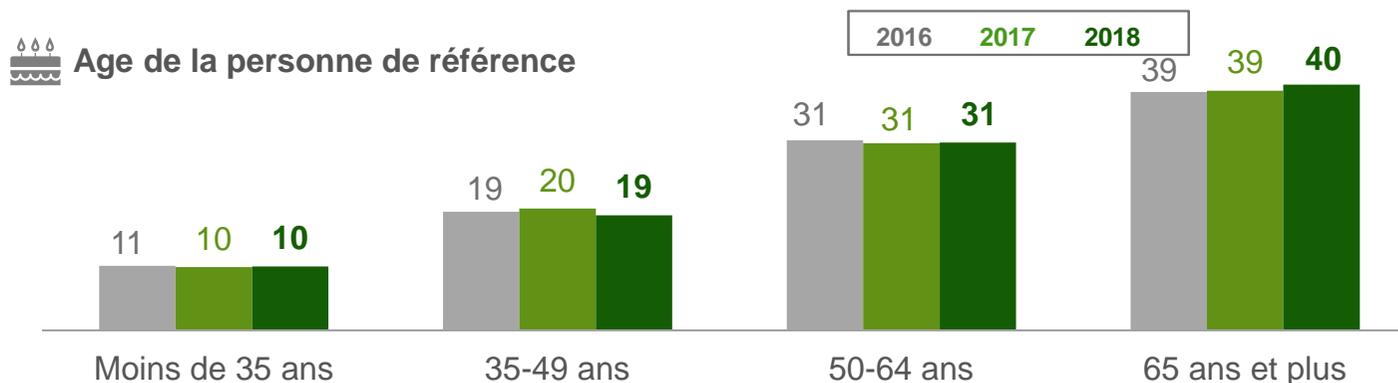
Base : ensemble des végétaux

  Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Un marché toujours porté par les senior : 40% des dépenses sont réalisées par les foyers dont le chef de famille a 65 ans et plus

## La répartition des sommes dépensées selon le profil (en %)

Ensemble des végétaux (% en valeur)



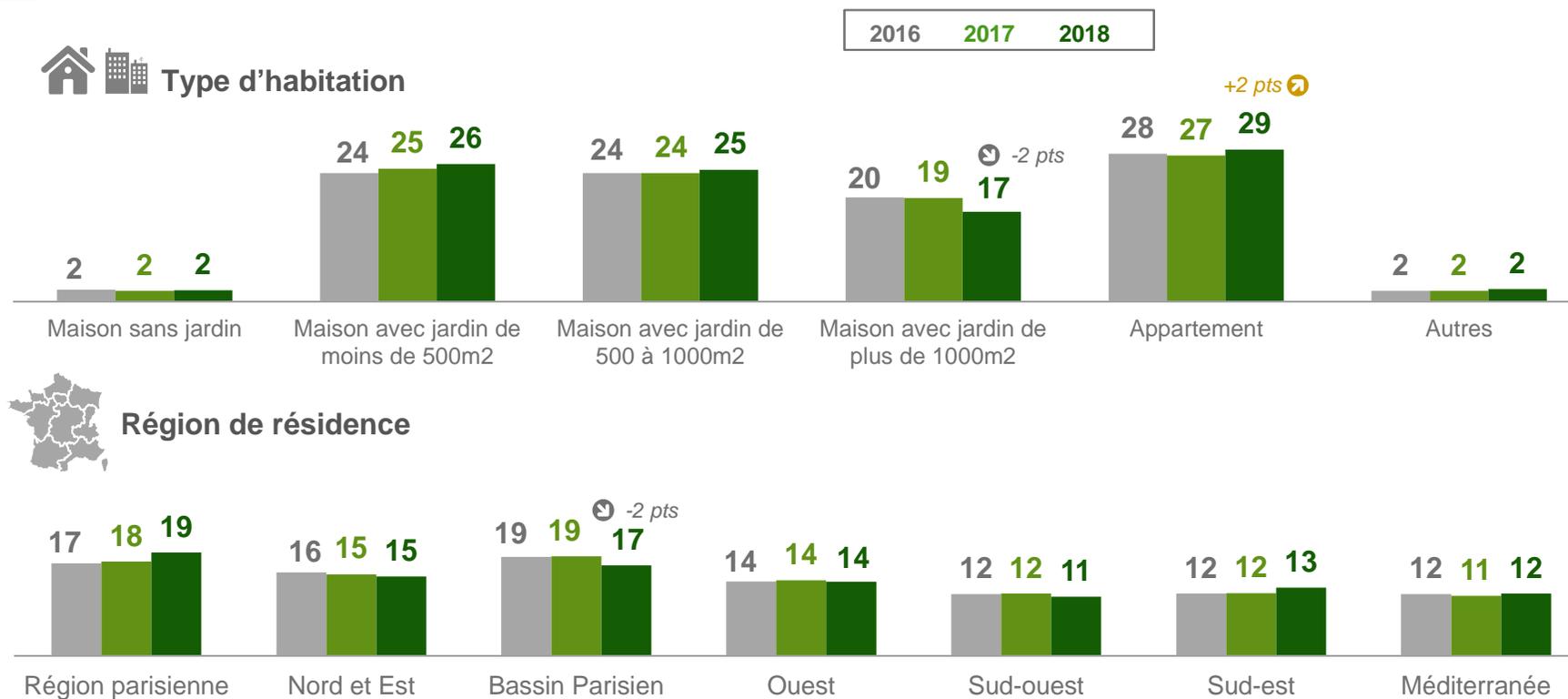
Base : ensemble des végétaux

 Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Les foyers habitant en appartement génèrent plus de valeur en 2018

La répartition des sommes dépensées selon le profil (en %)

Ensemble des végétaux (% en valeur)



Base : ensemble des végétaux

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Les quantités achetées de végétaux à destination du cimetière et des obsèques sont en augmentation par rapport à 2017.

## Poids des différents marchés



**Les végétaux d'intérieur\***  
(maison, appartement, véranda,  
hors achat pour le cimetière et le deuil)

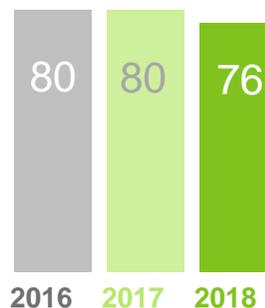
### % Volume



### % Valeur



**Les végétaux d'extérieur** (ornement et potager)  
(jardin, rebord de fenêtre, balcon ou terrasse,  
hors achat pour le cimetière et le deuil)\*



**Végétaux pour le cimetière  
et les obsèques**



Dont cimetière



↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2017

\* Périmètre différent en 2018

Base : ensemble des végétaux

A close-up photograph of a person's hand watering a small green seedling in a pot. The hand is positioned at the top, with water dripping from the fingers onto the plant. The seedling has two small leaves and a thin stem. The soil is dark brown and textured. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting an indoor garden or greenhouse setting.

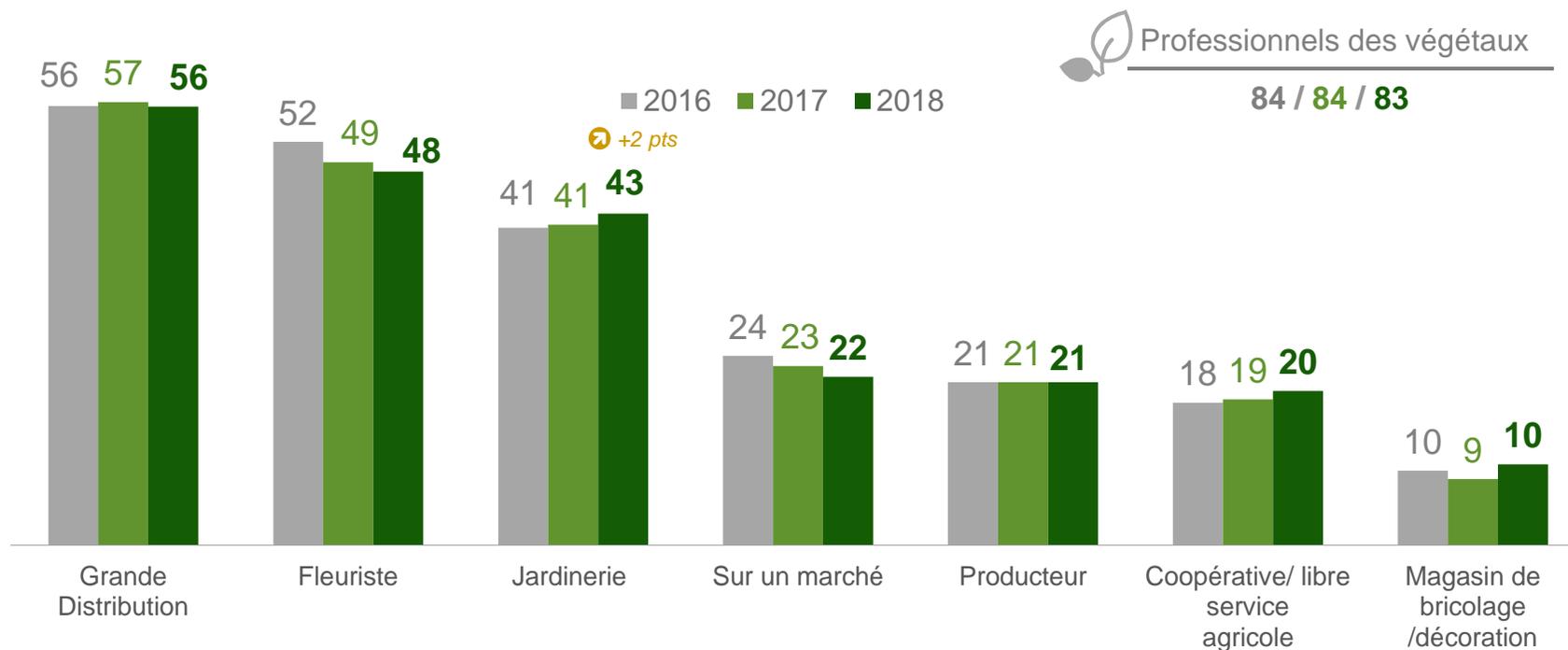
## 1.2

**La jardinerie progresse en part de marché volume et en budget moyen**

# La grande distribution demeure le 1er circuit fréquenté, suivie par le fleuriste malgré une constante diminution ces 2 dernières années, tandis que la jardinerie progresse de 2 points

Pénétration des lieux d'achat en % foyers

Ensemble des végétaux



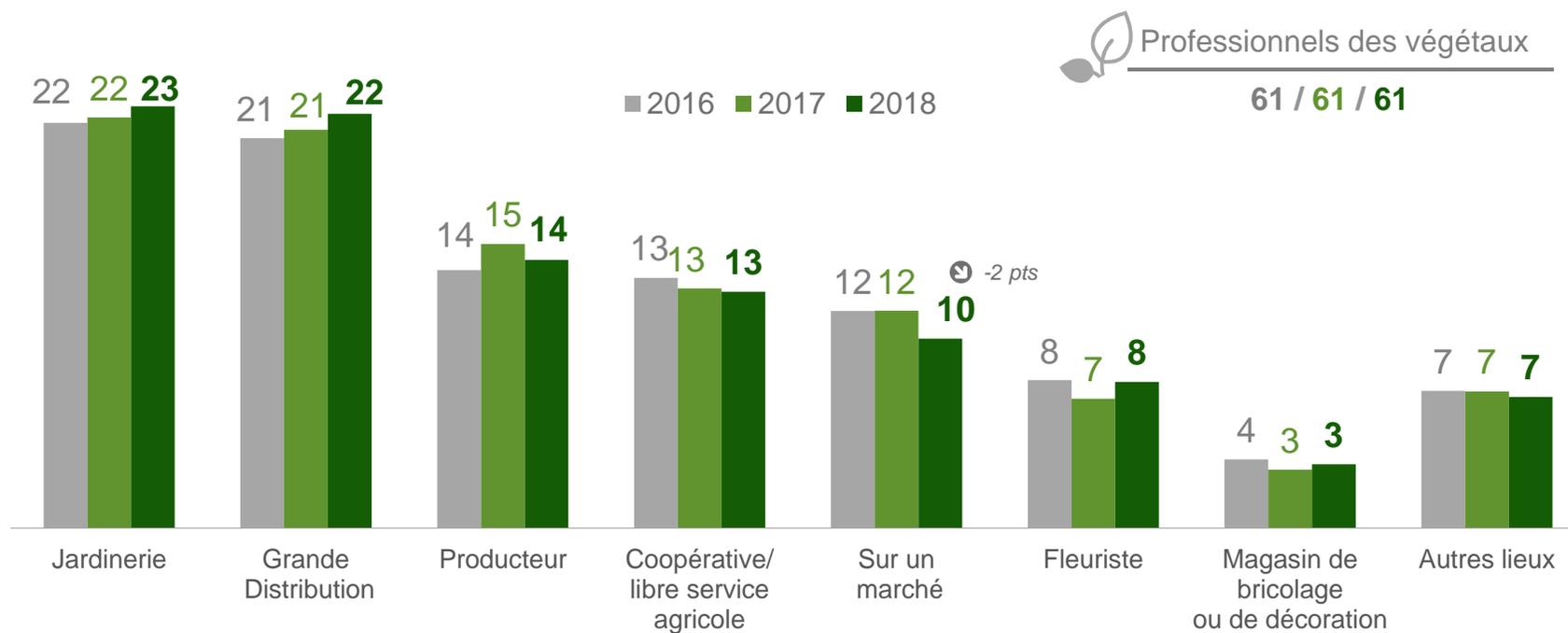
Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) / 5280

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# En parts de marché volume, jardinerie et grande distribution sont à égalité

Part de marché des lieux d'achat en % volume

Ensemble des végétaux

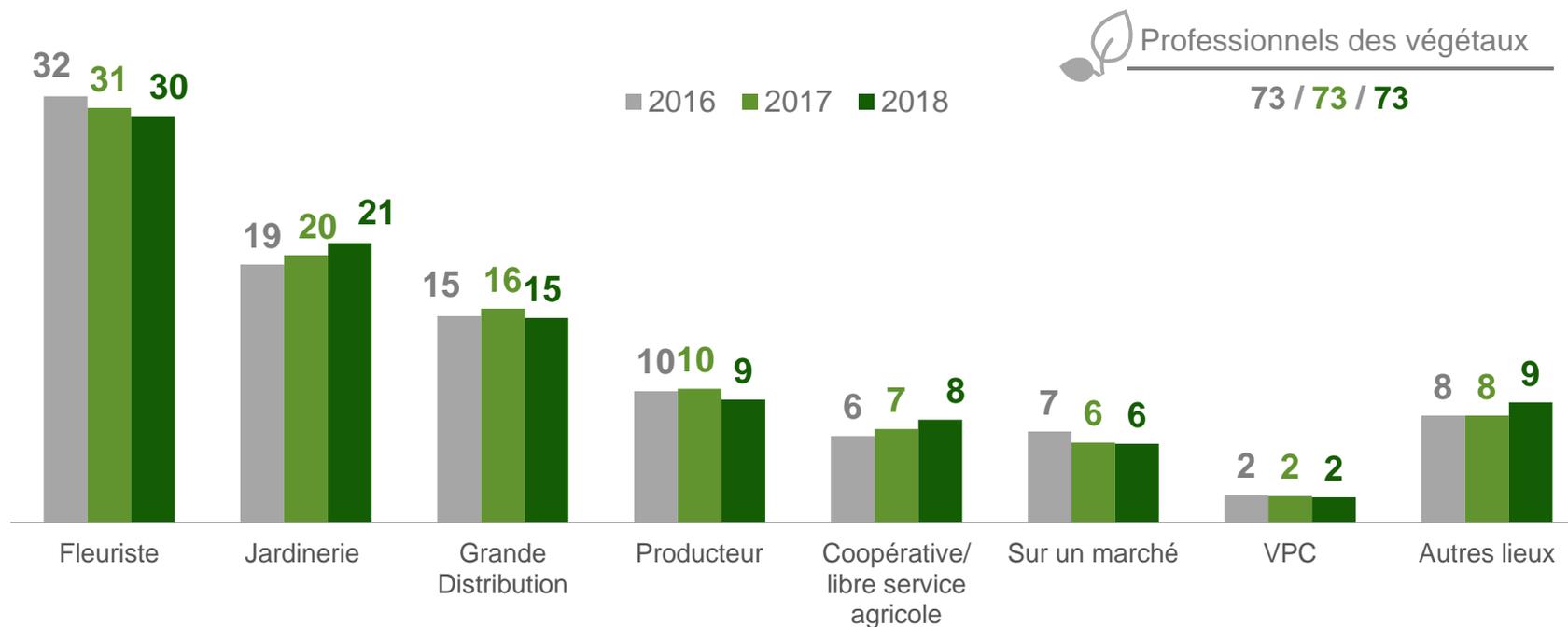


Base : ensemble des végétaux

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Le fleuriste reste le 1er circuit en valeur même si sa part de marché tend à s'éroder ces 2 dernières années

Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : ensemble des végétaux

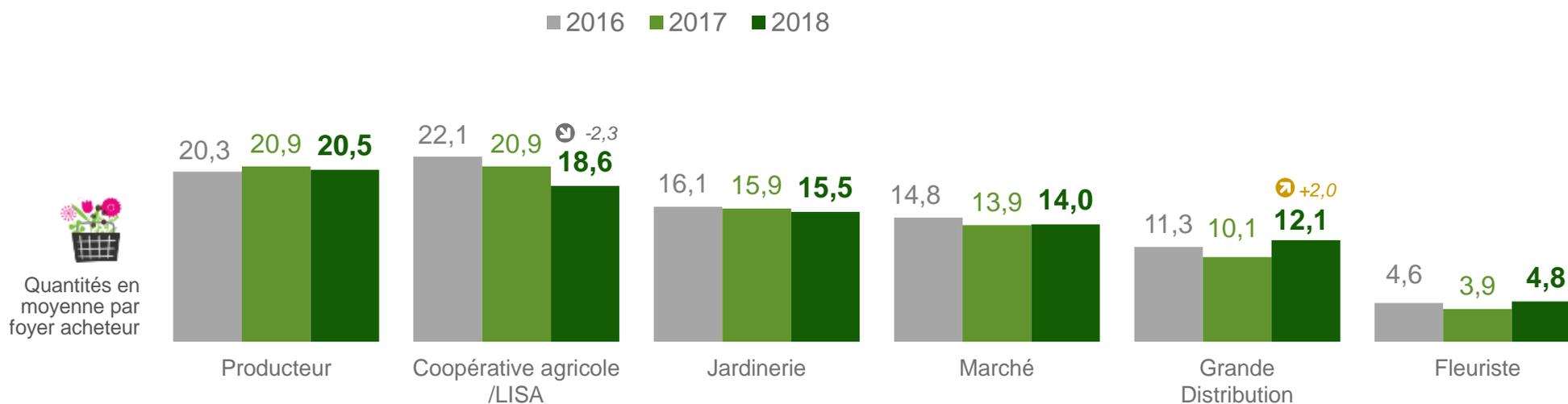
Pas d'évolution significative versus 2017



Les achats de végétaux par les Français en 2018

# En moyenne, les quantités achetées en coopérative / LISA sont en baisse depuis 2016 alors qu'elles repartent à la hausse en grande distribution

Quantités achetées en moyenne par foyer acheteur



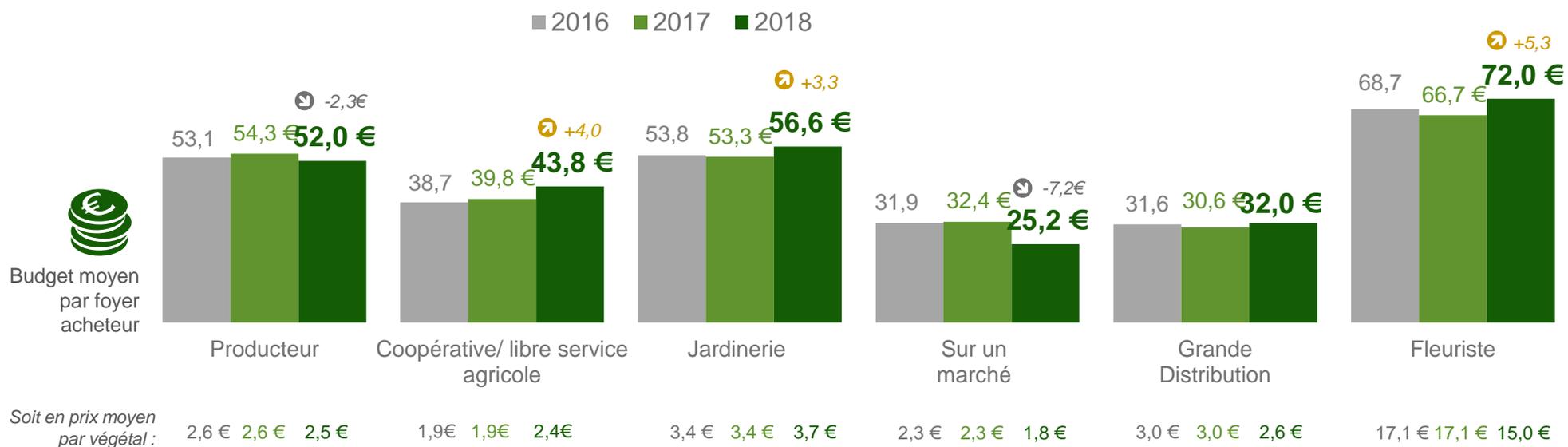
Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager)

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Le budget moyen chez le fleuriste connaît une belle progression cette année, de même que la coopérative agricole et LISA

Sommes dépensées en moyenne par foyer acheteur

Ensemble des végétaux



Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager)

Significativement supérieur/inférieur à 2017



# 1.3

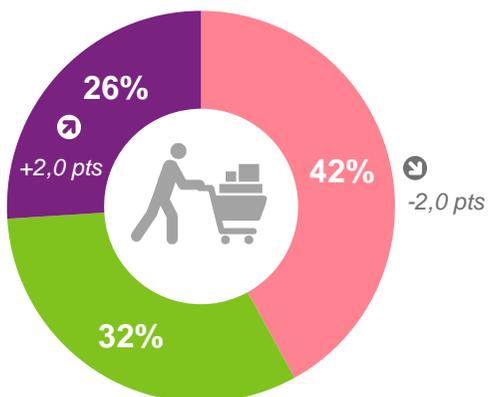
**La contribution des « gros acheteurs de végétaux » progresse.**

# La proportion des gros acheteurs augmente cette année ainsi que leur contribution en valeur

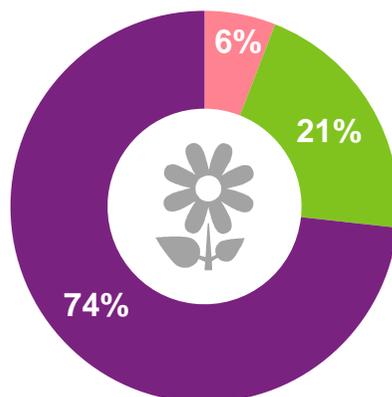
Ensemble des végétaux

- **Petits acheteurs** (1 à 10 végétaux)
- **Moyens acheteurs** (11 à 36 végétaux)
- **Gros acheteurs** (37 végétaux ou plus)

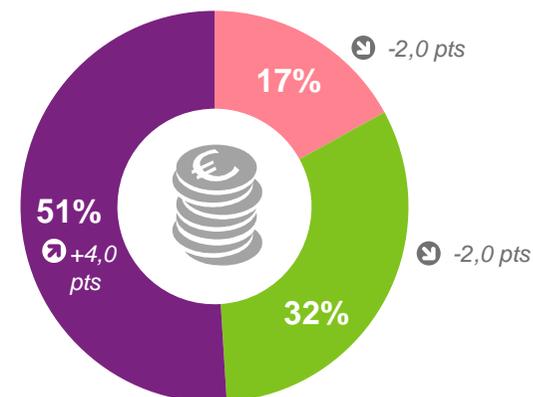
### Répartition des Acheteurs



### Répartition des quantités achetées



### Répartition des sommes dépensées

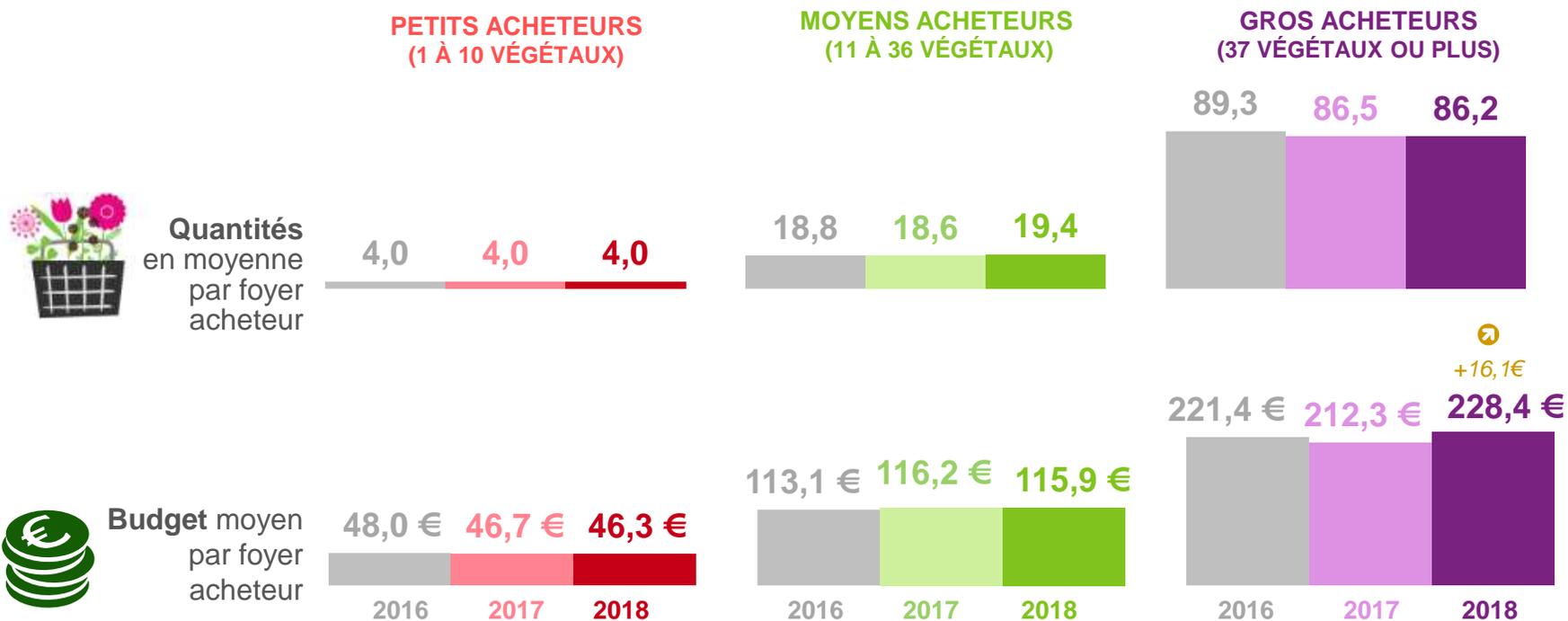


Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) / 5109 (ornement ou potager) / 5275

↕ Significativement supérieur/inférieur à 2017

# De gros acheteurs dont les sommes dépensées augmentent de façon notable

Ensemble des végétaux



Base : acheteurs de végétaux : petits (2309), moyens (1674), gros (1270)

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# La fréquentation des gros acheteurs est en hausse en grande distribution et chez le fleuriste



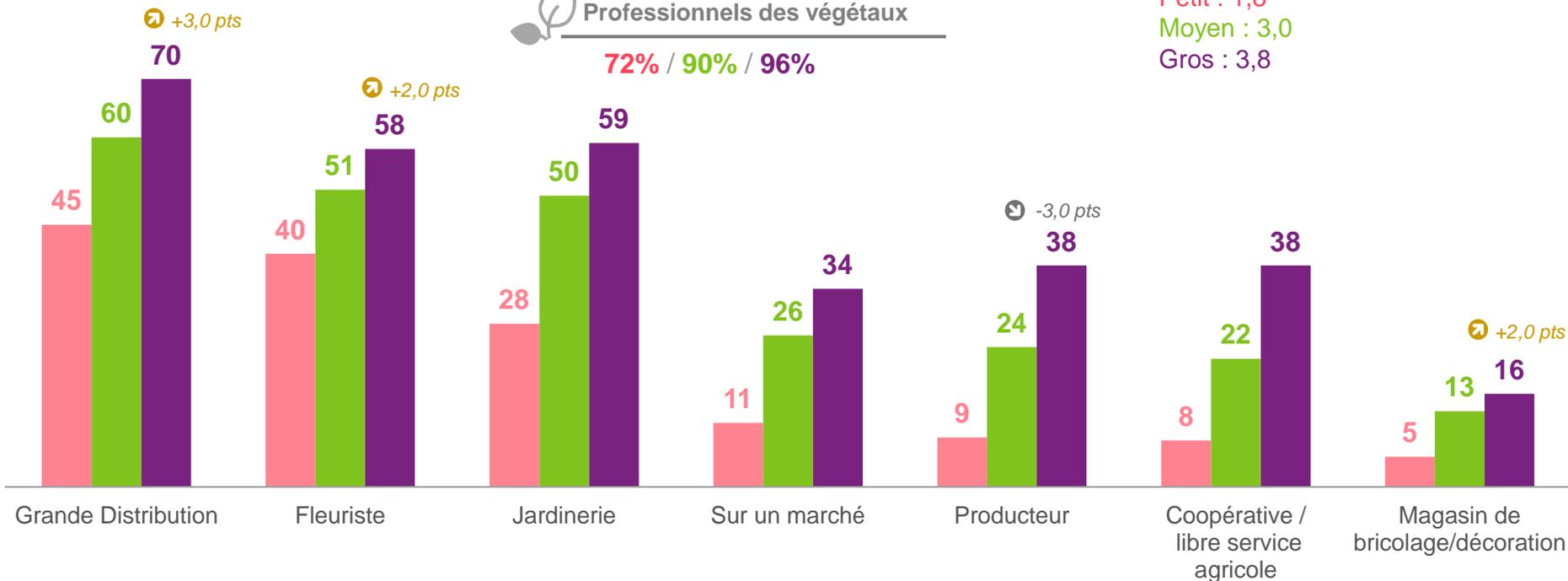
## Répartition des Acheteurs

■ Petits ■ Moyens ■ Gros

Nombre moyen de circuits fréquentés

Petit : 1,8  
Moyen : 3,0  
Gros : 3,8

Professionnels des végétaux  
72% / 90% / 96%



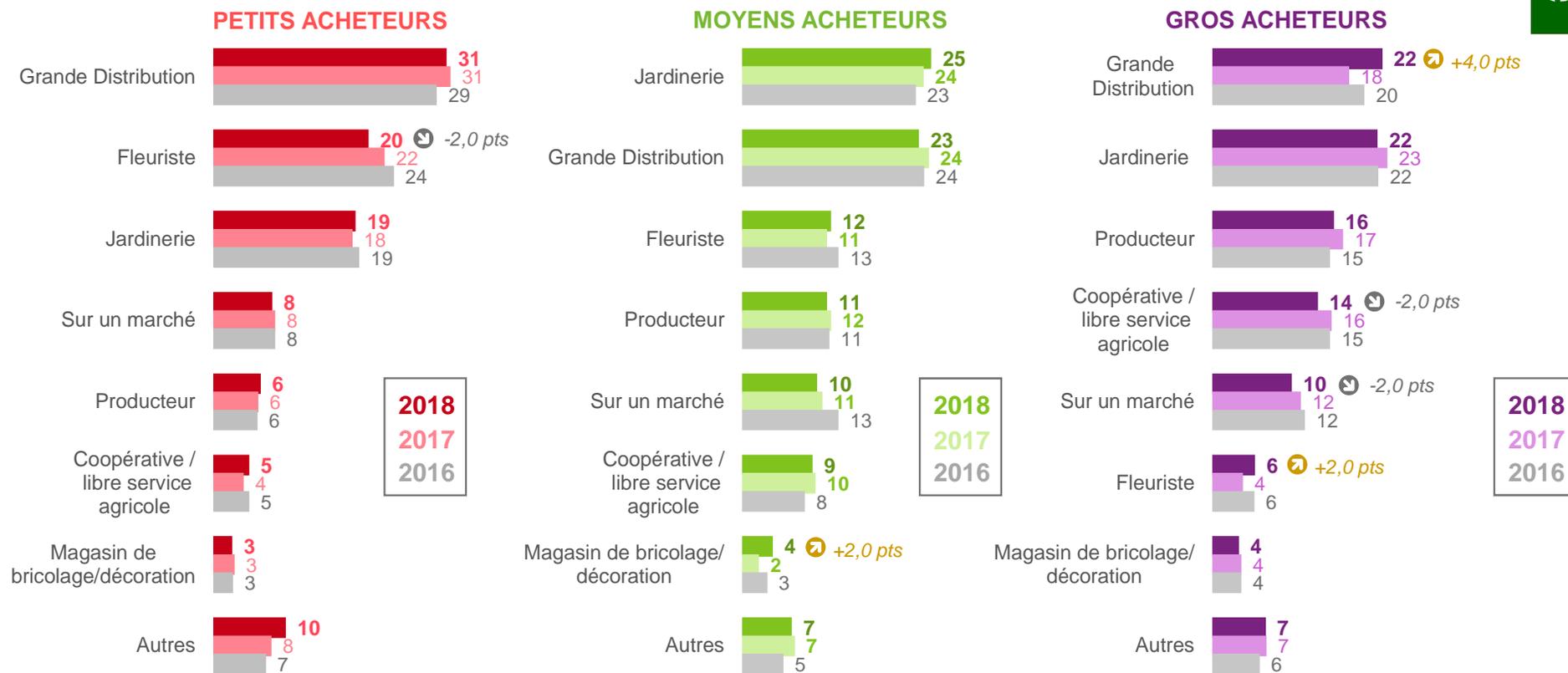
Base : acheteurs de végétaux : petits (2309), moyens (1674), gros (1270)

📈📉 Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Une hausse de la grande distribution et du fleuriste en part de marché volume chez les gros acheteurs

% Volume

Ensemble des végétaux



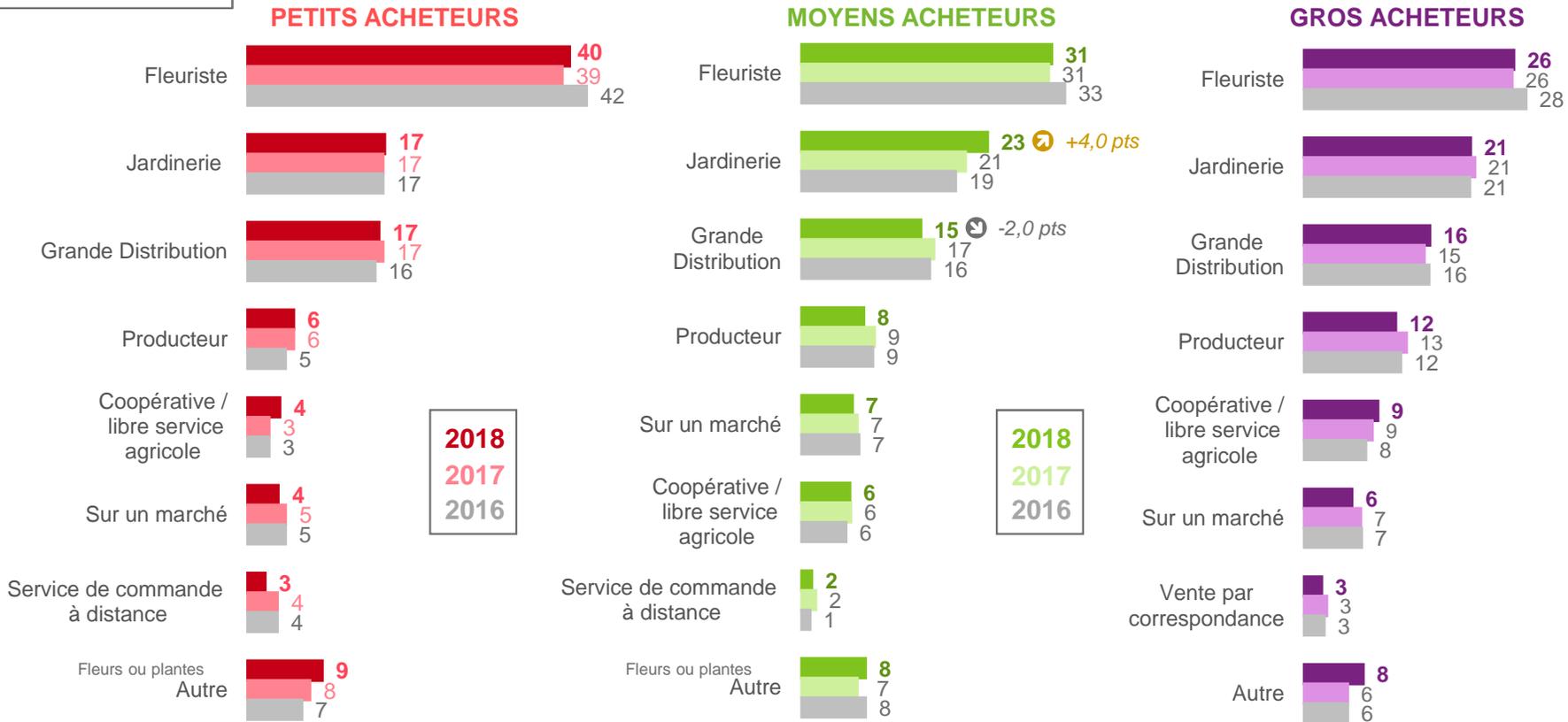
Base : acheteurs de végétaux : petits (2309), moyens (1674), gros (1270)

📈📉 Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Le fleuriste reste le 1er circuit en valeur quel que soit le type d'acheteurs

% Valeur 

 Ensemble des végétaux



Base : acheteurs de végétaux : petits (2309), moyens (1674), gros (1270)

 Significativement supérieur/inférieur à 2017



**1.4**

**Offrir des végétaux, un ressort d'achat fort pour les moins de 35 ans**

# Le panier moyen des foyers dont le chef de famille a moins de 35 ans est sujet à une forte hausse, surtout en valeur.



Les moins de 35 ans

Représentent **14%** des foyers en France, soit 3,9M de foyers en France ,  
Ils représentent également **14%** des foyers acheteurs de végétaux en France.

**Taux de pénétration**  
% des foyers de - 35 ans en France



**Nombre de foyers**  
en millions



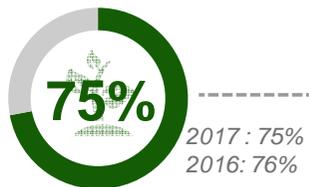
**Panier moyen**  
en valeur



**Panier moyen**  
en volume



Moyenne Française de l'ensemble des foyers



% des foyers en France



En 2018, 28 371 810 foyers en France

Base : foyers dont le chef de famille a moins de 35 ans (982)

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Les végétaux d'intérieur sont davantage achetés par les foyers de moins de 35 ans que par l'ensemble des acheteurs, et ils engendrent aussi plus de sommes dépensées auprès d'eux.



Les moins de 35 ans

%

Part des achats de végétaux des – de 35 ans au sein de l'ensemble du marché

%

Achats de végétaux de l'ensemble des foyers

%

Achats de végétaux des – de 35 ans

% Volume

% Valeur

7% 31% 35%



10% 9% 9%

+2,0 pts



Ensemble des végétaux de potager

9% 69% 65%



10% 91% 91%

-2,0 pts



Ensemble des végétaux d'ornement

9% 65% 63%

12% 35% 33%



Les végétaux d'extérieur (ornement)  
(jardin, rebord de fenêtre, balcon ou terrasse, hors achat pour le cimetière et le deuil)

10% 25% 22%



11% 48% 41%



Les végétaux d'intérieur  
(maison, appartement, véranda, hors achat pour le cimetière et le deuil)

6% 10% 15%



7% 17% 26%



Végétaux pour le cimetière et les obsèques

Significativement supérieur/inférieur à 2017

Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble des végétaux d'ornement à 95%

Base : achats de végétaux

KANTAR

FranceAgriMer

Val'nor  
les professionnels du végétal

Les achats de végétaux par les Français en 2018

# Un quart des achats de végétaux des moins de 35 ans sont effectués en jardinerie, mais c'est chez le fleuriste qu'ils dépensent le plus de valeur

Ensemble des végétaux



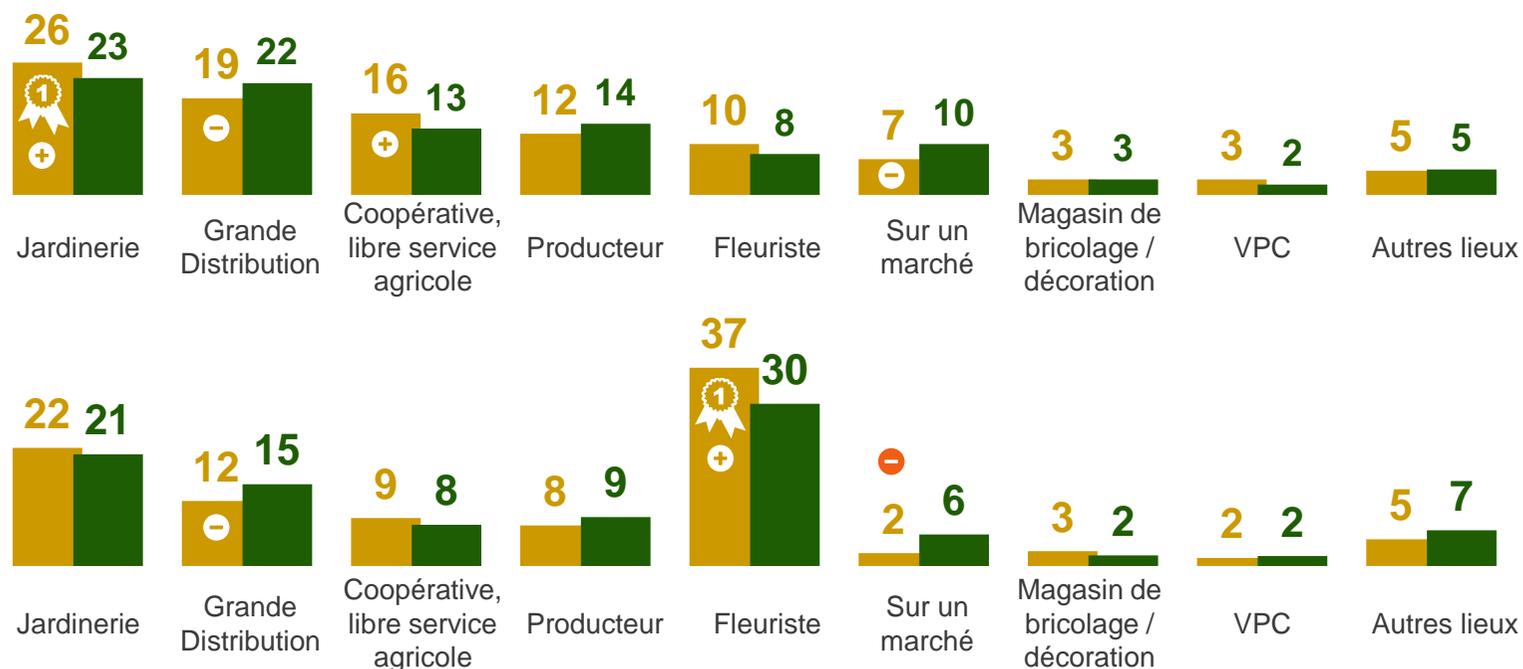
Les moins de 35 ans

% Volume

% Achats de végétaux des - de 35 ans

% Achats de végétaux de l'ensemble des foyers

% Valeur



Base : achats de végétaux

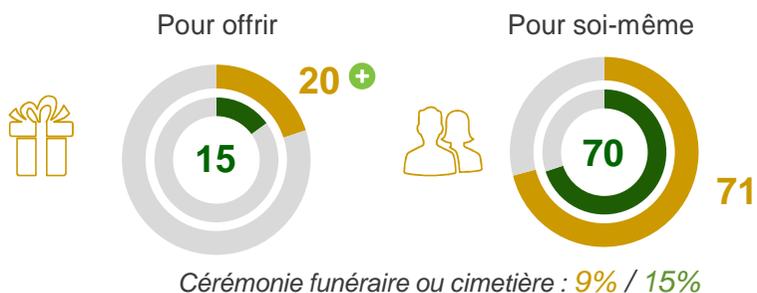
+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble des végétaux d'ornement à 95%

# Davantage de végétaux sont achetés pour offrir par les moins de 35 ans que par l'ensemble des acheteurs, surtout pour une occasion personnelle

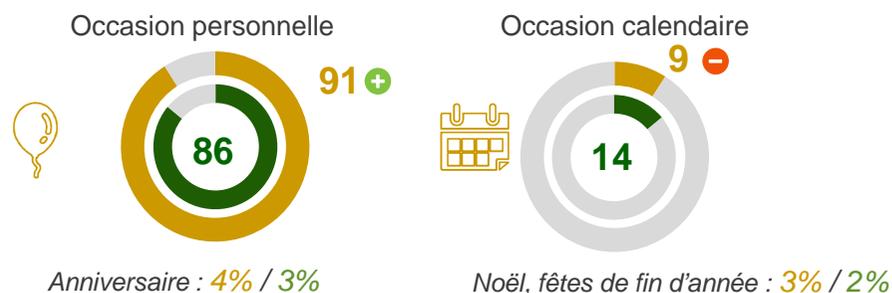


Les moins de 35 ans

## Occasion d'achat



## Motif d'achat



## Mode d'achat



1% Autres  
3% Dont téléphone : 0,2% / 1%

**%** Achats de végétaux des – de 35 ans  
**%** Achats de végétaux de l'ensemble des foyers

Base : achats de végétaux d'ornement

+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble des végétaux d'ornement à 95%

## A retenir, concernant les achats de végétaux en France en 2018 ...

	<b>75%</b>	des foyers Français ont acheté un végétal soit 21,3 millions de foyers
	<b>114,9€</b>	de budget moyen consacré aux végétaux par ces mêmes foyers. C'est 6,2€ de plus que l'an dernier.
	<b>56%</b>	des acheteurs fréquentent la grande distribution pour l'achat de végétaux, 48% font leurs achats chez le fleuriste, et 43% en jardinerie (+2 points vs 2017)
	<b>30%</b>	des sommes dépensées sont générées par le fleuriste, c'est le 1 <sup>er</sup> circuit en valeur.
	<b>76,8€</b>	de budget moyen des foyers acheteurs de végétaux dont le représentant a moins de 35 ans, un chiffre en forte hausse.



**2**

**Les 65 ans et plus et les foyers aux revenus confortables représentent presque la moitié des sommes dépensées pour les végétaux d'intérieur.**

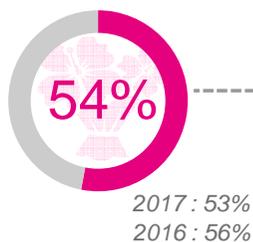
# Un peu plus de la moitié des Français ont acheté un végétal d'intérieur en 2018.



## Les végétaux d'intérieur \*

(maison, appartement, véranda, hors achat pour le cimetière et le deuil)

**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



**Nombre de foyers**  
en millions



**Panier moyen**  
en valeur



**Panier moyen**  
en volume



\* De bouquets, fleurs ou plantes...

Base : ensemble des foyers (7000)

\* Périmètre différent en 2018

**KANTAR**

FranceAgriMer

Val'nor  
les professionnels du végétal

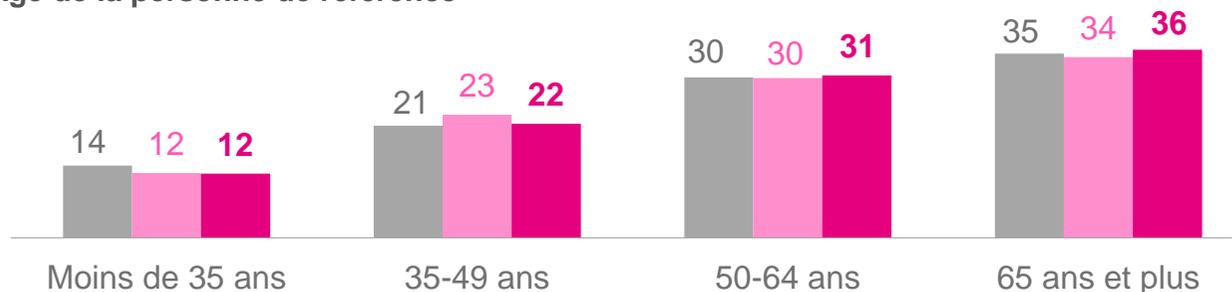
Les achats de végétaux par les Français en 2018

# Le poids des 65 ans et plus représente plus d'un tiers des sommes dépensées en végétaux d'intérieur. Tandis que les foyers gagnant plus de 3000€ en représentent eux presque la moitié.

La répartition des **sommes dépensées** selon le profil (en %)

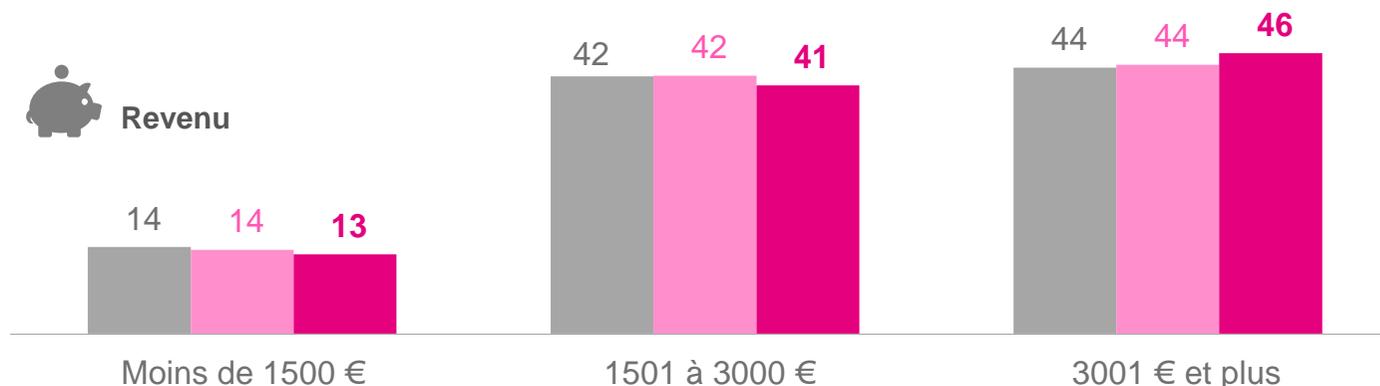


 **Age de la personne de référence**



2016 2017 2018

 **Revenu**



\* Périmètre différent en 2018

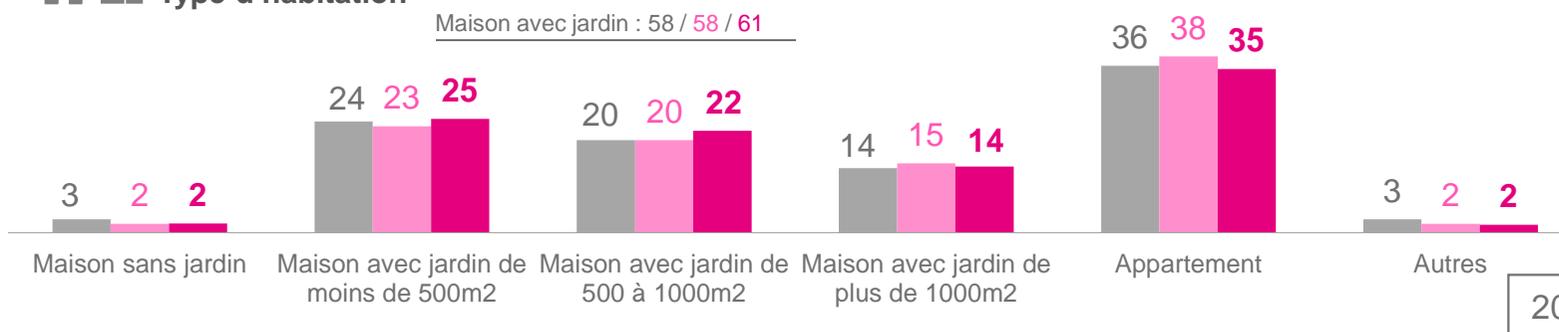
Base : achat de végétaux d'intérieur

# Ce sont les foyers qui vivent en appartement qui engendrent le plus de sommes dépensées pour les végétaux d'intérieur, et ceux qui vivent en région parisienne.

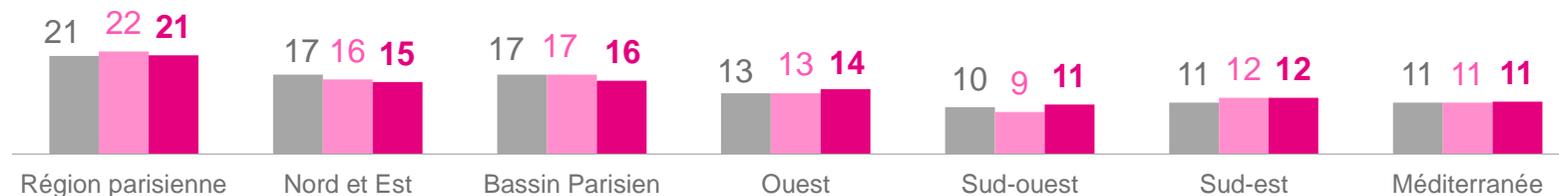
La répartition des **sommes dépensées** selon le profil (en %)



## Type d'habitation



## Région de résidence



\* Périmètre différent en 2018

# Les fleurs coupées constituent l'essentiel des sommes dépensées, notamment la rose.

## Poids des catégories % des sommes dépensées



### Les 3 espèces les plus achetées % des sommes dépensées



\* Périmètre différent en 2018

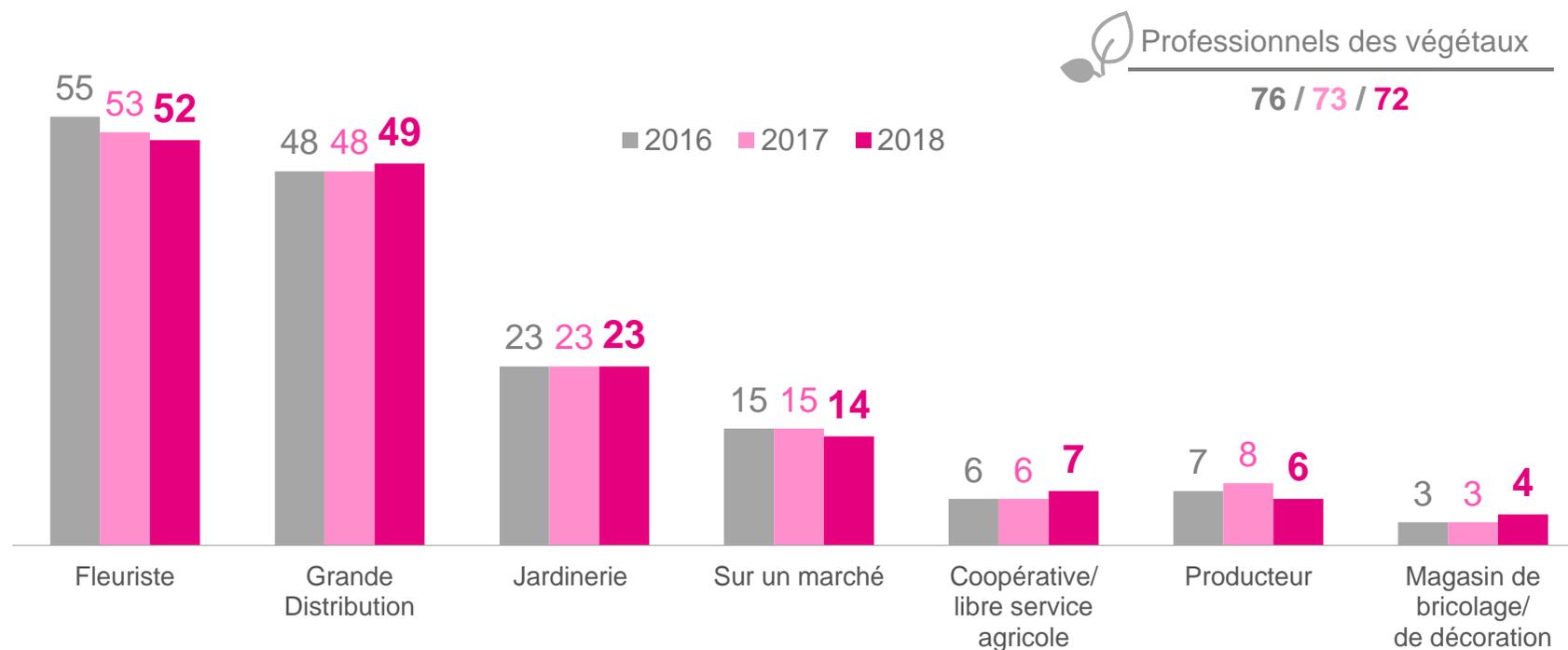


## 2.1

**Le fleuriste est le premier lieu d'achat des végétaux d'intérieur, excepté sur les quantités achetées où il est ex-aequo avec la grande distribution.**

# Les fleuristes demeurent le premier lieux d'achat des foyers pour les végétaux d'intérieur.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers

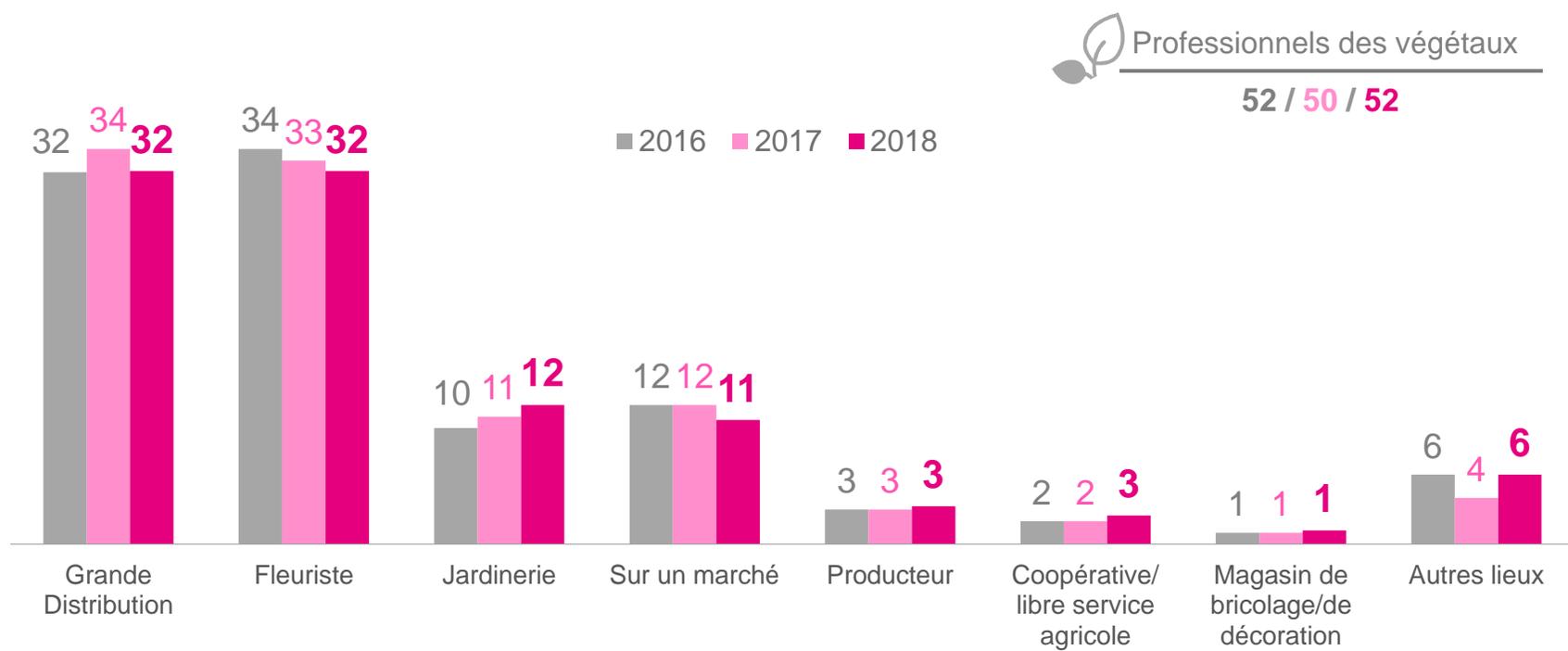


Base : acheteurs de végétaux d'intérieur

\* Périmètre différent en 2018

# En volume, la grande distribution se retrouve à égalité avec le fleuriste, chacun détenant un tiers des parts de marché.

Part de marché des lieux d'achat en % volume

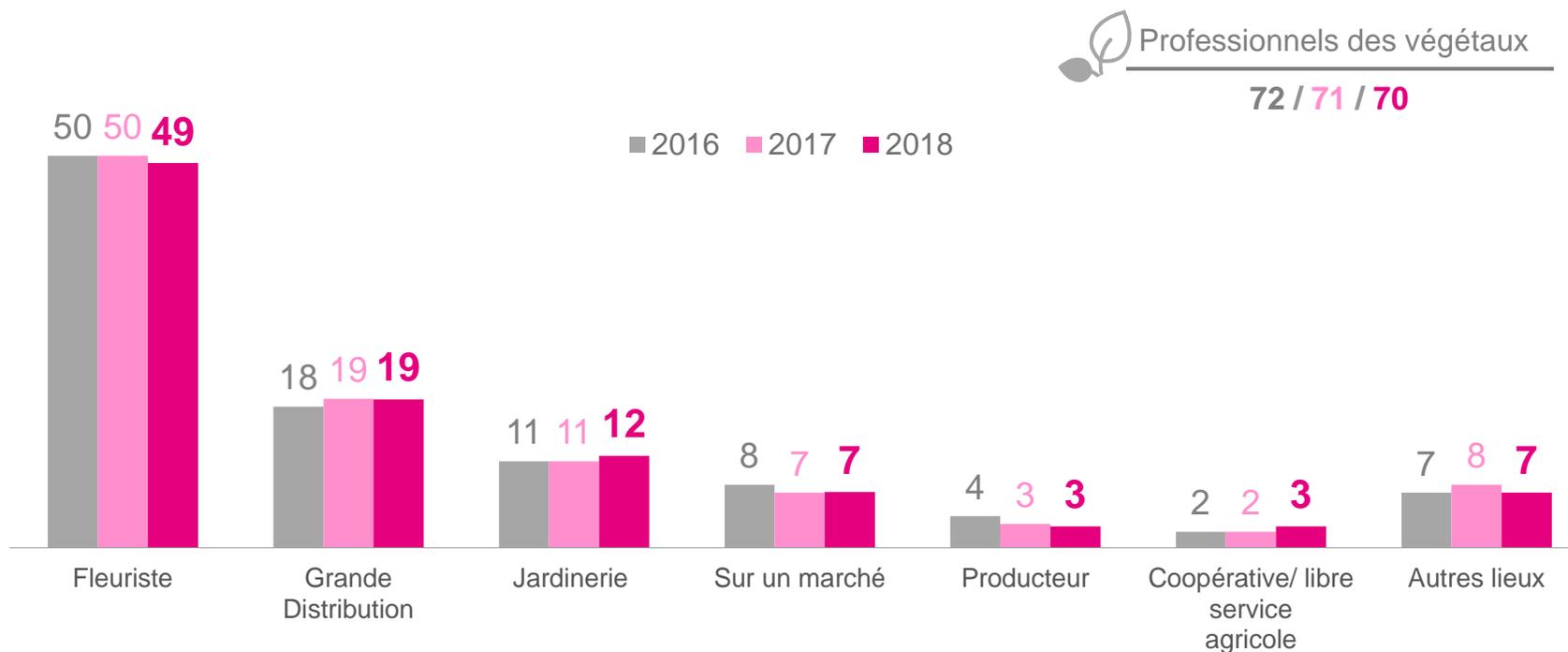


Base : achats de végétaux d'intérieur

\* Périmètre différent en 2018

# En valeur, le fleuriste demeure le 1<sup>er</sup> circuit d'achat, loin devant les autres.

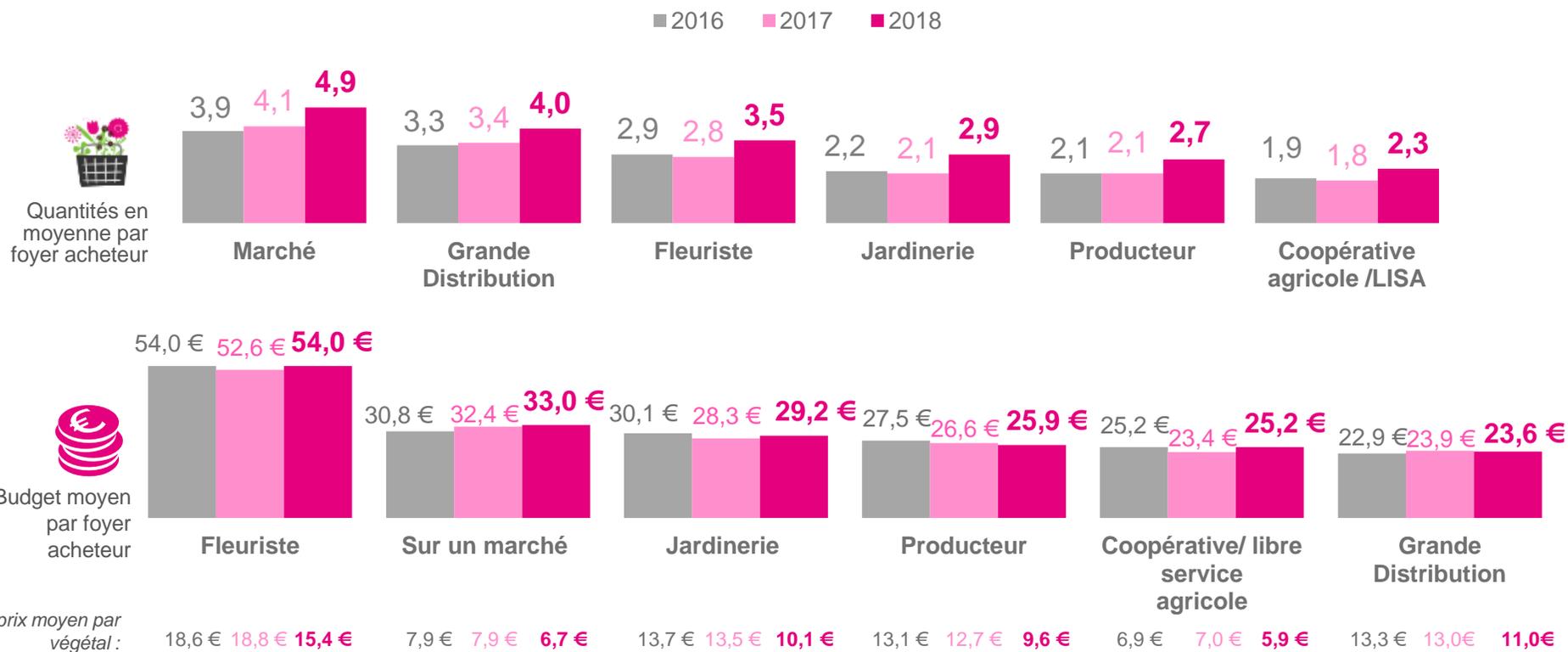
Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : achats de végétaux d'intérieur

\* Périmètre différent en 2018

Les quantités achetées sont plus importantes lorsque les achats sont effectués au marché et en grande distribution. En revanche c'est chez les fleuristes que les sommes dépensées sont les plus importantes.



\* Périmètre différent en 2018

Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3758)

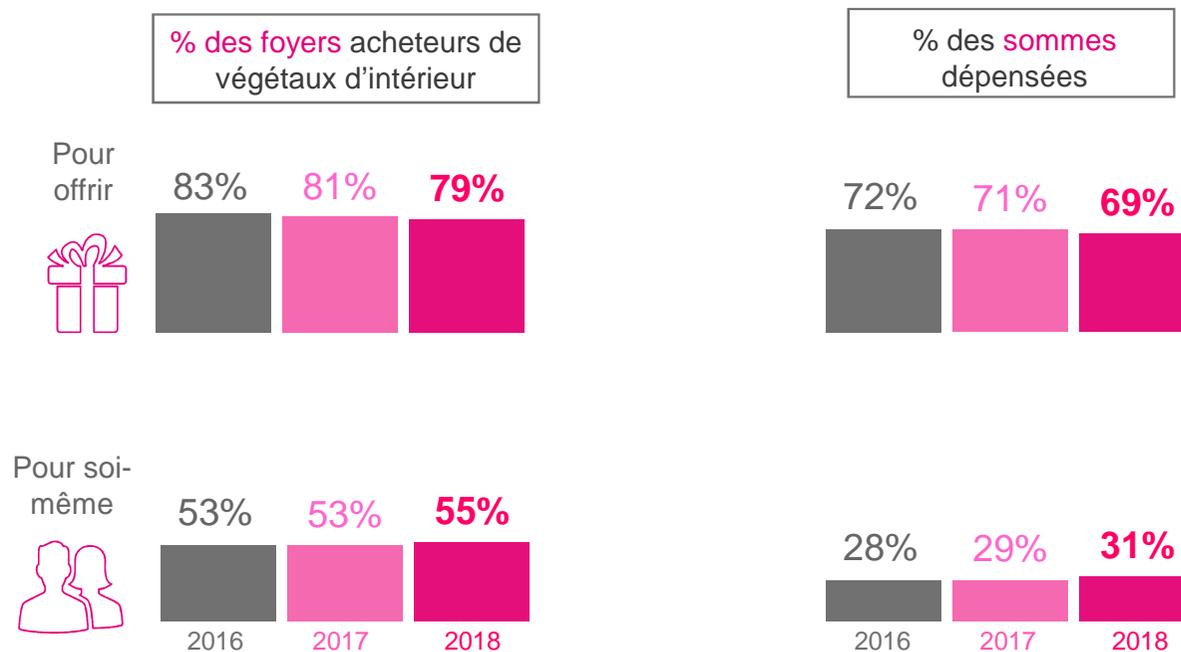
A top-down photograph of a white coffee cup filled with dark coffee, resting on a light green napkin. To the right of the cup is a bouquet of several pink roses with long green stems and leaves. The background is a plain, light-colored surface.

## 2.2

**Offrir est le premier motif d'achat.**

# Offrir est le premier motif d'achat pour 79% des foyers acheteurs de végétaux, cela représente aussi 69% des sommes dépensées.

## Occasion d'achat



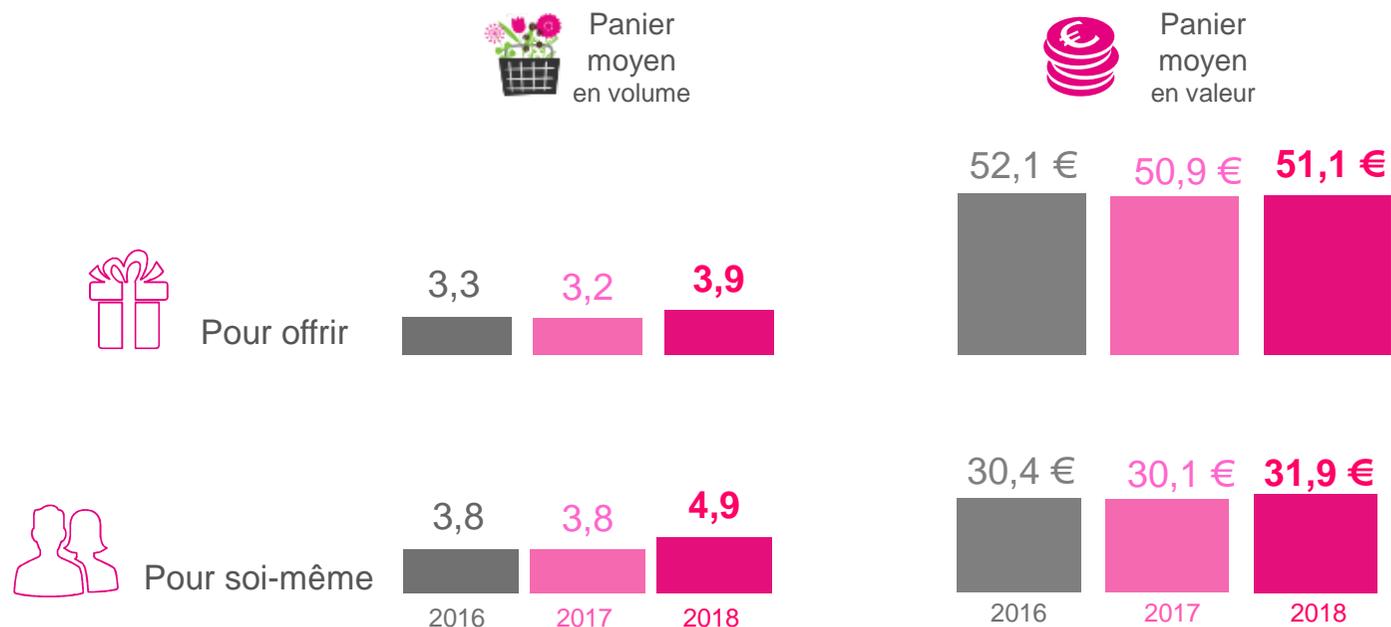
Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3720)

\* Périmètre différent en 2018

# Un panier moyen en valeur qui est nettement plus élevé pour les achats pour offrir que pour les achats faits pour soi-même

## Panier moyen selon l'occasion

\* Les végétaux d'intérieur

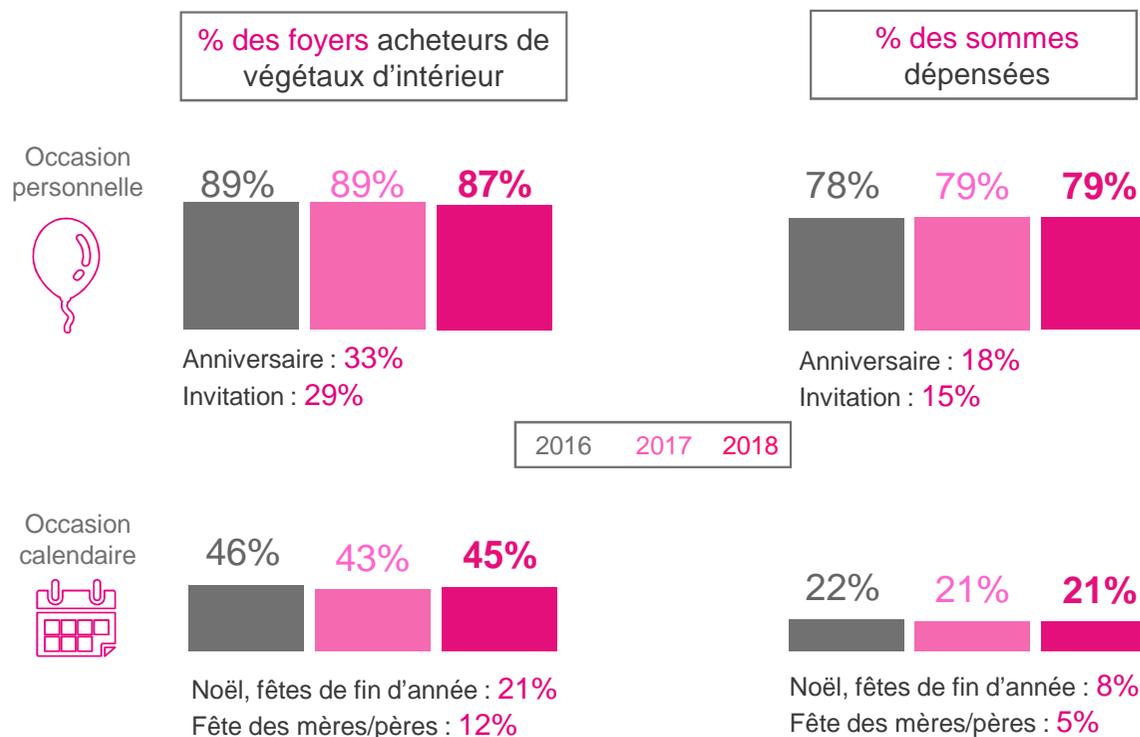


Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3720)

\* Périmètre différent en 2018

# Les occasions personnelles sont le motif d'achat qui engendrent le plus de foyers acheteurs de végétaux d'intérieur, mais aussi de sommes dépensées à cet effet.

## Motif d'achat

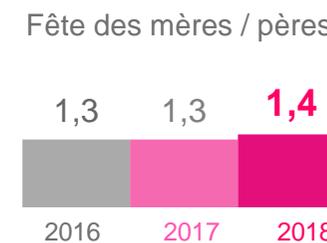
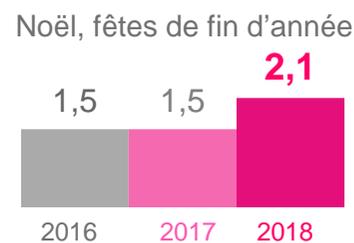
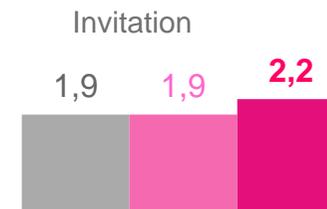
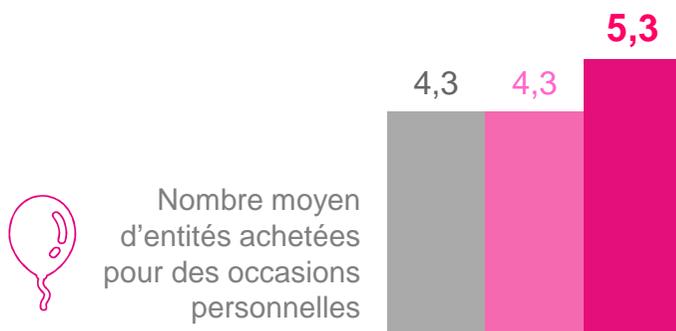


Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3720)

\* Périmètre différent en 2018

# La panier moyen en volume des acheteurs de végétaux d'intérieur est plus élevé lors d'occasions personnelles.

Panier moyen par foyer acheteur en volume selon le motif



Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3720)

\* Périmètre différent en 2018

# Tout comme le budget moyen.

Panier moyen par foyer acheteur en valeur selon le motif



\* Les végétaux d'intérieur



Budget dépensé pour des occasions personnelles



Budget dépensé pour des fêtes calendaires



Anniversaire



Invitation



Noël, fêtes de fin d'année



Fête des mères / pères



Base : acheteurs de végétaux d'intérieur (3720)

\* Périmètre différent en 2018

## A retenir, concernant les achats de **végétaux d'intérieur** en France en 2018 ...

	<b>54%</b>	des foyers Français ont acheté un végétal d'intérieur soit 15,0 millions de foyers.
	<b>58,2€</b>	c'est le <b>budget moyen</b> consacré aux végétaux d'intérieur par les foyers acheteurs.
	<b>53%</b>	des acheteurs fréquentent <b>le fleuriste</b> pour l'achat de végétaux d'intérieur, la grande distribution suit, à 49%.
	<b>49%</b>	des sommes dépensées sont générées par le <b>fleuriste</b> , c'est le 1 <sup>er</sup> circuit en valeur.
	<b>69%</b>	des sommes dépensées en végétaux d'intérieur sont destinés à l' <b>achat « cadeau »</b> .



# 3

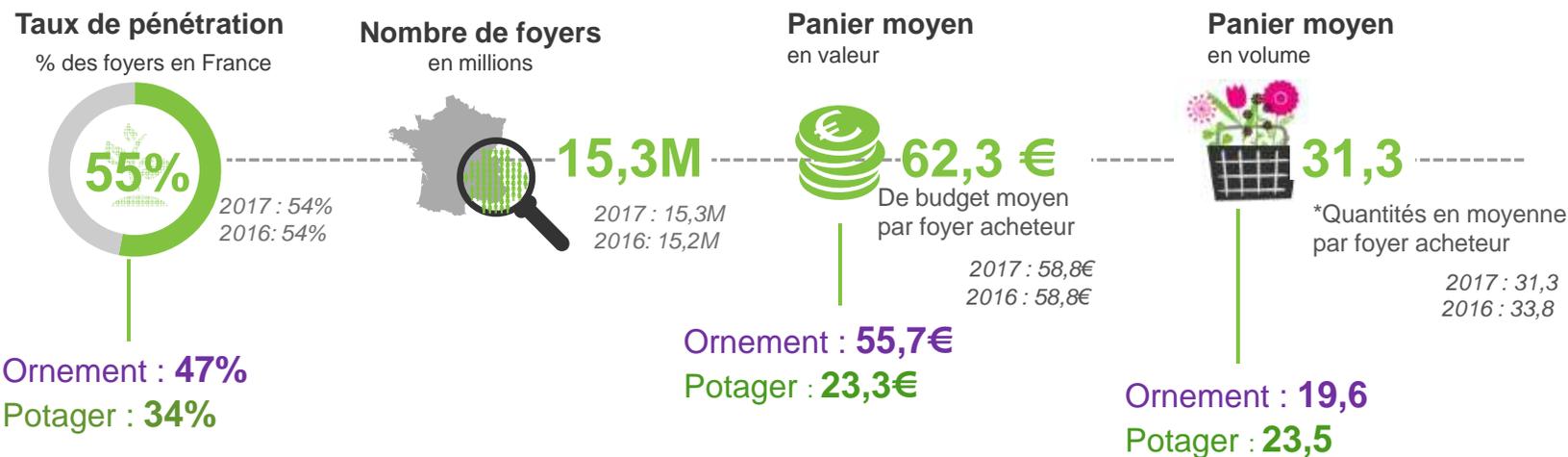
## Hausse du budget moyen des végétaux d'extérieur

# Un peu plus de la moitié des Français ont acheté un végétal d'extérieur en 2018. Le panier moyen est stable en volume mais progresse de 3.5€ en valeur



## Les végétaux d'extérieur (ornement et potager) \*

(jardin, rebord de fenêtre, balcon ou terrasse, *hors achat pour le cimetière et le deuil*)



Sur la base de l'ensemble des végétaux (ornement + potager)

Base : ensemble des foyers (7000)

\* D'arbustes, plantes, plants potager, arbres, ou bulbes...

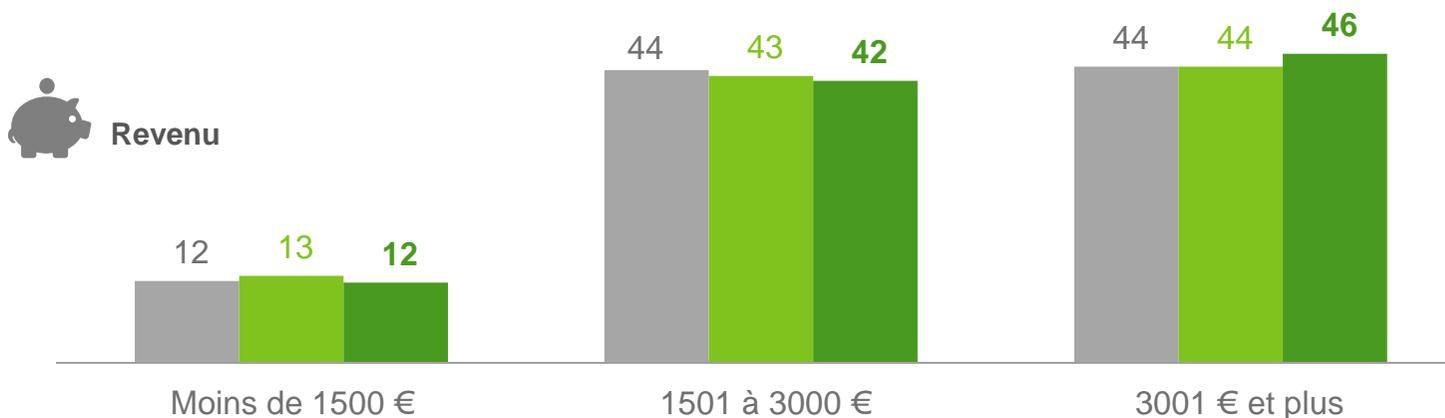
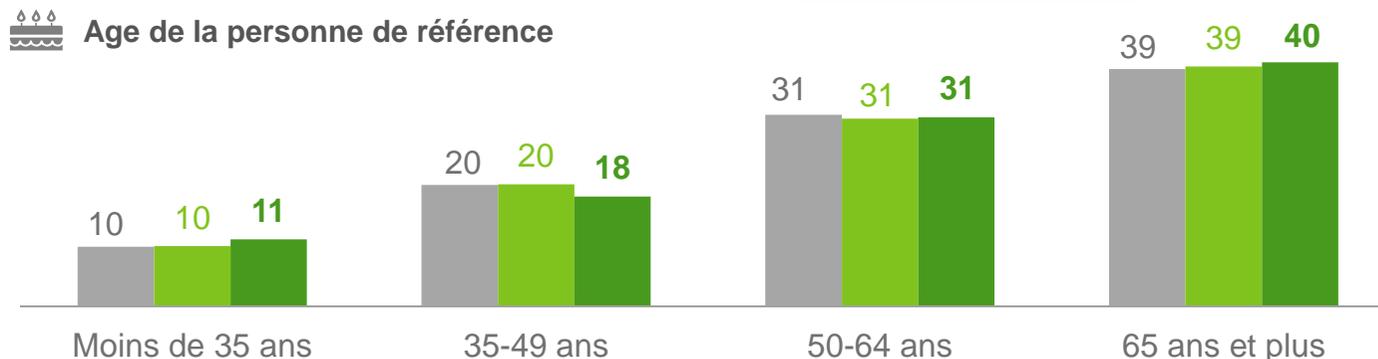
\* Périmètre différent en 2018

# Un marché porté par les senior : 40% des sommes dépensées sont générées par les 65 ans et plus. Versus 2017, les foyers aux revenus les plus confortables ont davantage contribué aux sommes dépensées.

La répartition des sommes dépensées selon le profil (en %)

2016 2017 2018

\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)



\* Périmètre différent en 2018

# Les foyers habitant en appartement représentent une part plus importante des sommes dépensées cette année

La répartition des sommes dépensées selon le profil (en %)

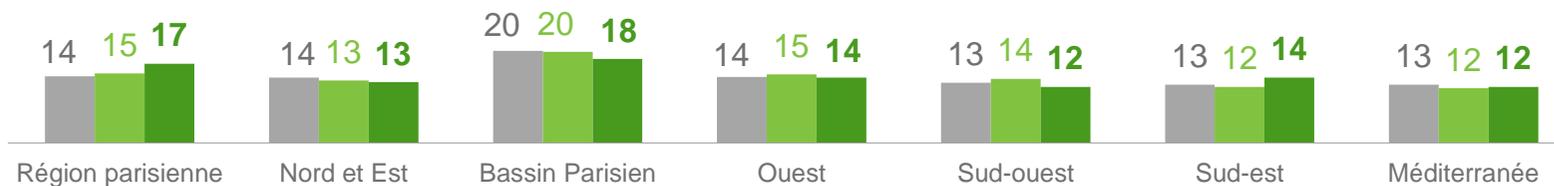
2016 2017 2018

\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)

## Type d'habitation



## Région de résidence



\* Périmètre différent en 2018

# Les plantes et fleurs à semer ou planter génèrent un peu plus de 40% des sommes dépensées en végétaux d'extérieur

Les végétaux d'extérieur  
(y compris potager)

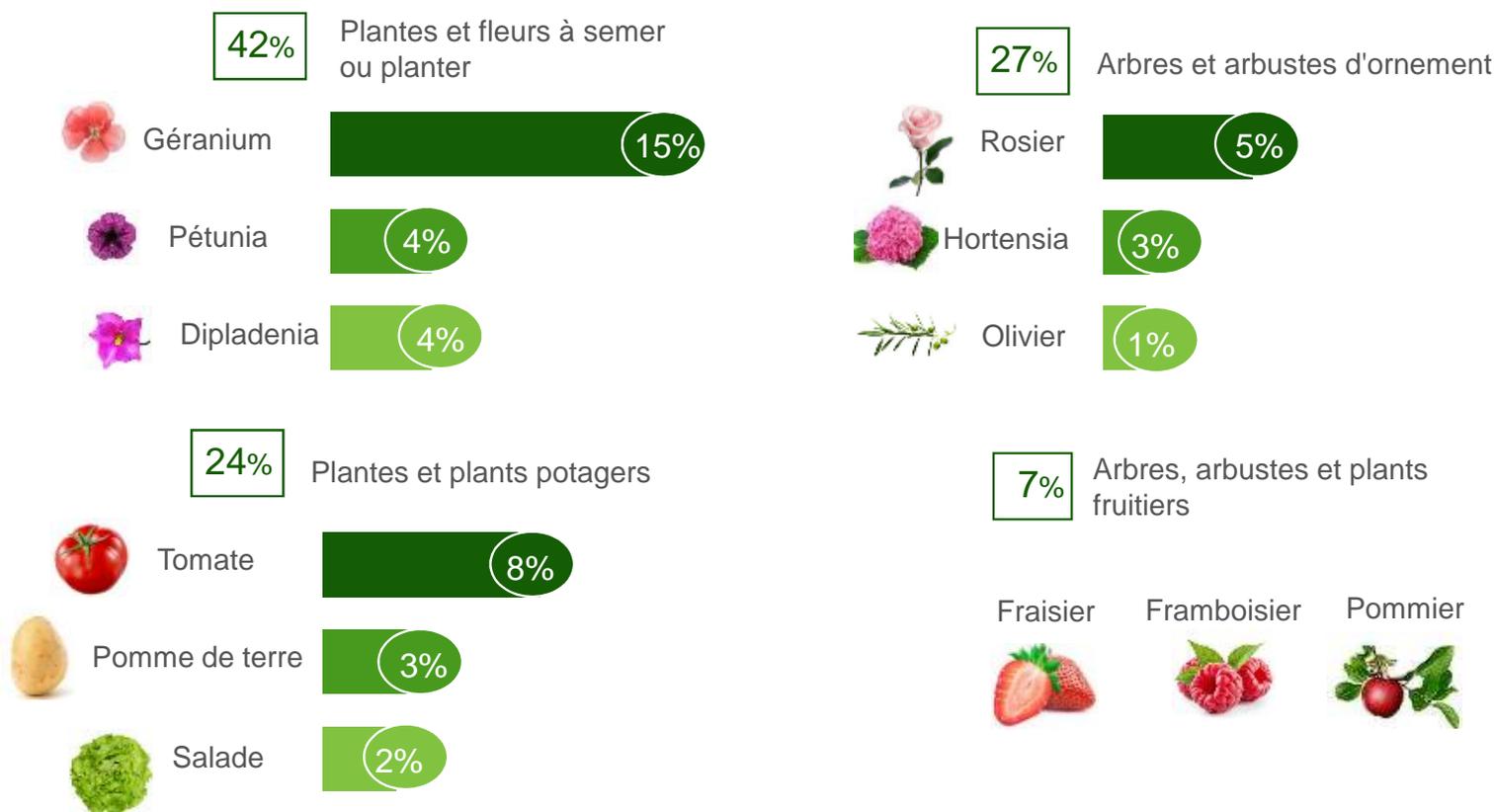
Poids des catégories - % des sommes dépensées



# Un marché assez polarisé en termes d'espèces, le géranium est la première espèce en valeur avec 15% des sommes dépensées

## Les espèces les plus achetées - % des sommes dépensées

Les végétaux d'extérieur (y compris potager)

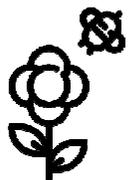




# 3.1

## Focus plantes mellifères

Moins de quantités achetées et d'argent dépensé pour les plantes mellifères d'ornement, mais les plantes mellifères aromatiques gagnent quelques points en volume.



**196** millions d'euros dépensés en 2018 pour les plantes mellifères au global

*-10% vs 2017 (217M d'€)*

Dont **165** millions d'euros en plantes mellifères d'ornement *-13% vs 2017 (187M d'€)*

Et **31** millions d'euros en plantes mellifères aromatiques et condimentaires *= 2017 (30M d'€)*



**32,1** millions de quantité en 2018 pour les plantes mellifères au global

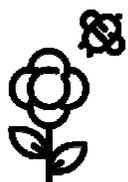
*-10% vs 2017 (35,5M)*

Dont **21,5** millions de plantes mellifères d'ornement *-17% vs 2017 (25,2M)*

Et **10,6** millions de plantes mellifères aromatiques et condimentaires *+3% vs 2017 (10,3M)*

\* Une liste de 200 plantes attractives pour les pollinisateurs, issue du travail de plusieurs partenaires reconnus, a été éditée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation en 2018. Cette liste précise la période de floraison de chaque espèce et son intérêt en nectar et/ou pollen.

# Plus de la moitié des dépenses en plantes mellifères aromatiques ou condimentaires le sont au cours du 2<sup>nd</sup> trimestre

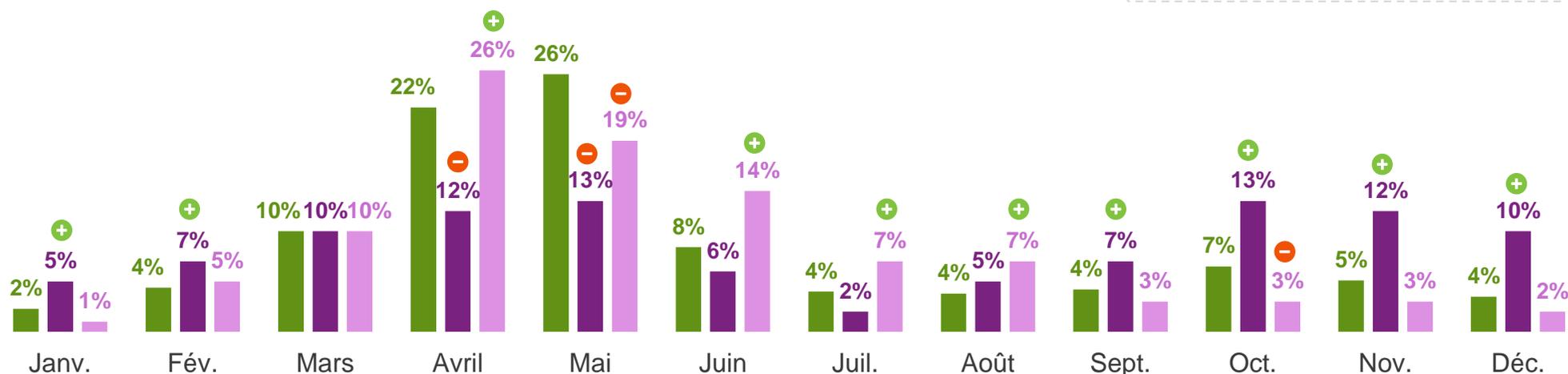


## Calendrier des achats

% en somme dépensée

- Ensemble des végétaux d'extérieur
- Plantes ou arbres mellifères d'ornement
- Plantes ou arbres mellifères aromatiques et condimentaires

1<sup>er</sup> trimestre : **16%** / **22%** / **16%**  
 2<sup>ème</sup> trimestre : **56%** / **31%** / **59%**  
 3<sup>ème</sup> trimestre : **12%** / **14%** / **17%**  
 4<sup>ème</sup> trimestre : **15%** / **35%** / **8%**

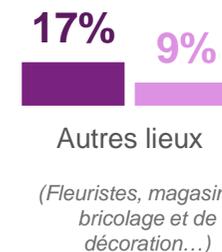
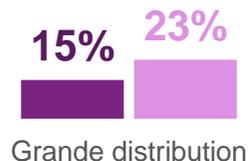
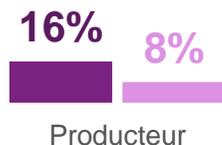
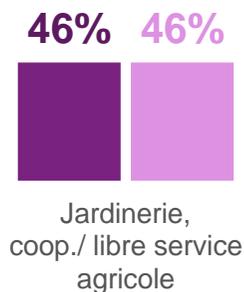
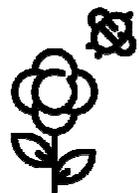


\* Une liste de 200 plantes attractives pour les pollinisateurs, issue du travail de plusieurs partenaires reconnus, a été éditée par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation en 2018. Cette liste précise la période de floraison de chaque espèce et son intérêt en nectar et/ou pollen.

+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble des végétaux d'extérieur à 95%

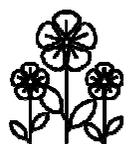
# Un peu moins de la moitié des sommes sont dépensées en jardinerie et coopérative / libre service agricole

## Lieux d'achat - % en somme dépensée

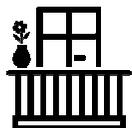
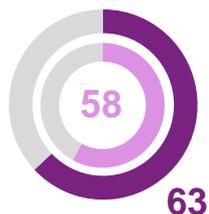


■ Plantes ou arbres mellifères d'ornement  
■ Plantes ou arbres mellifères aromatiques et condimentaires

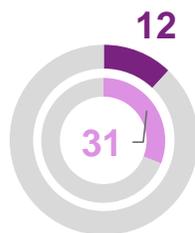
## Destination - % en somme dépensée



Jardin



Balcons ou terrasses



Intérieur : **6%** / **11%**  
Autres : **20%** / -

## Principales plantes mellifères - % en somme dépensée

- |                      |                  |
|----------------------|------------------|
| <b>1</b> Bruyère     | <b>1</b> Basilic |
| <b>2</b> Hellébore   | <b>2</b> Menthe  |
| <b>3</b> Olivier     | <b>3</b> Thym    |
| <b>4</b> Framboisier | <b>4</b> Romarin |
| <b>5</b> Lavande     | <b>5</b> Ail     |

A close-up photograph of a person's hand watering a small green seedling in soil. The hand is positioned above the plant, and a stream of water is falling from the fingers. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting an outdoor garden setting. The overall mood is one of care and growth.

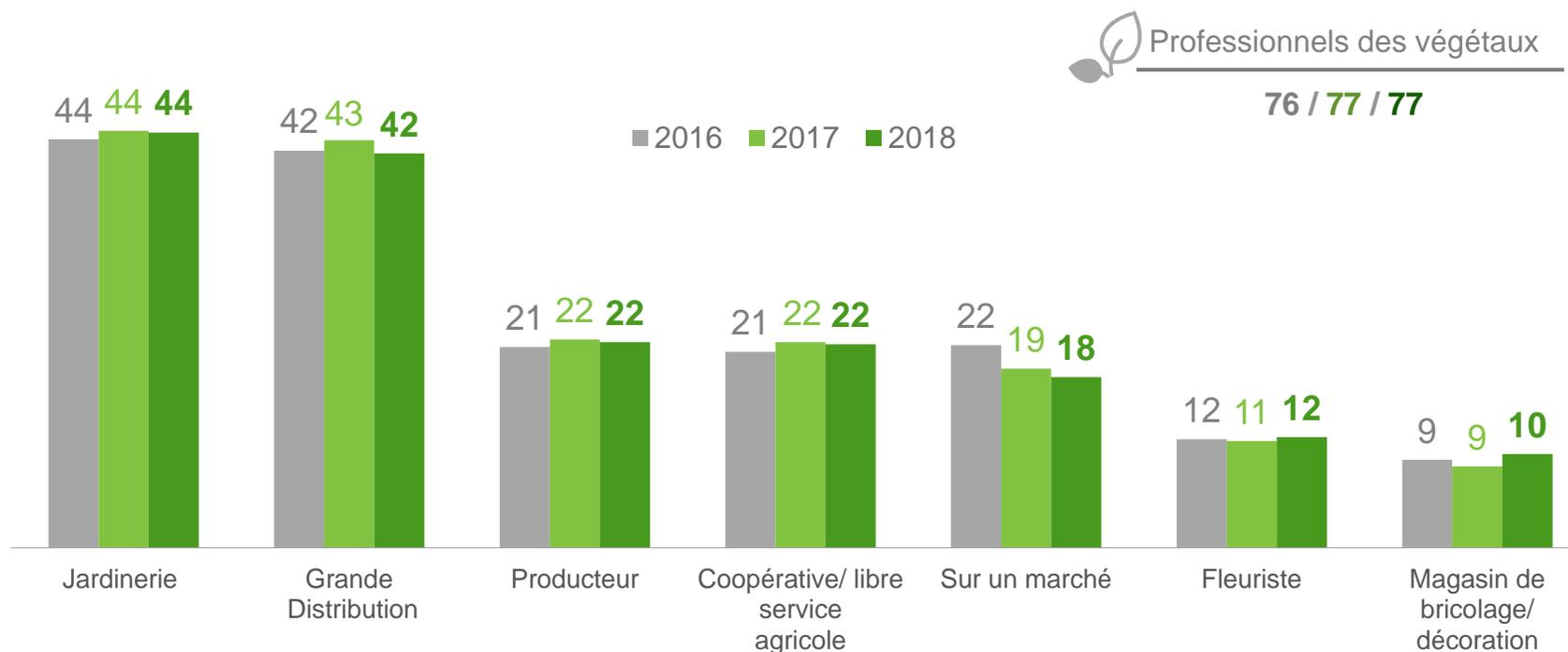
## 3.2

**Les LISA au coude à coude avec la grande distribution en parts de marché en valeur**

# Pour l'achat de végétaux d'extérieur, les acheteurs fréquentent autant la jardinerie que la grande distribution

Pénétration des lieux d'achat en % foyers

\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)



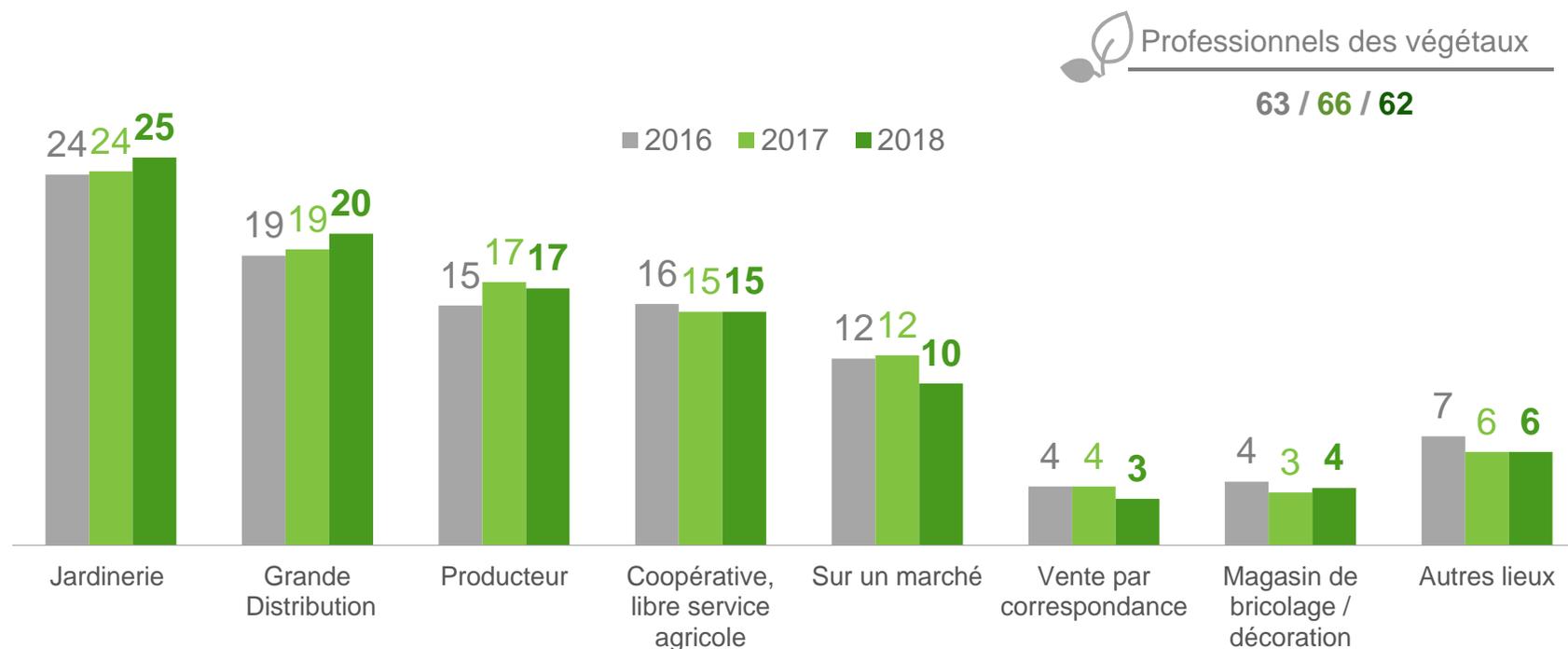
Base : acheteurs de végétaux d'extérieur (ornement ou potager) / 3839

\* Périmètre différent en 2018

# En part de marché volume, la jardinerie reste le circuit principal avec 25% suivi de la grande distribution avec 20%

Part de marché des lieux d'achat en % volume

\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)



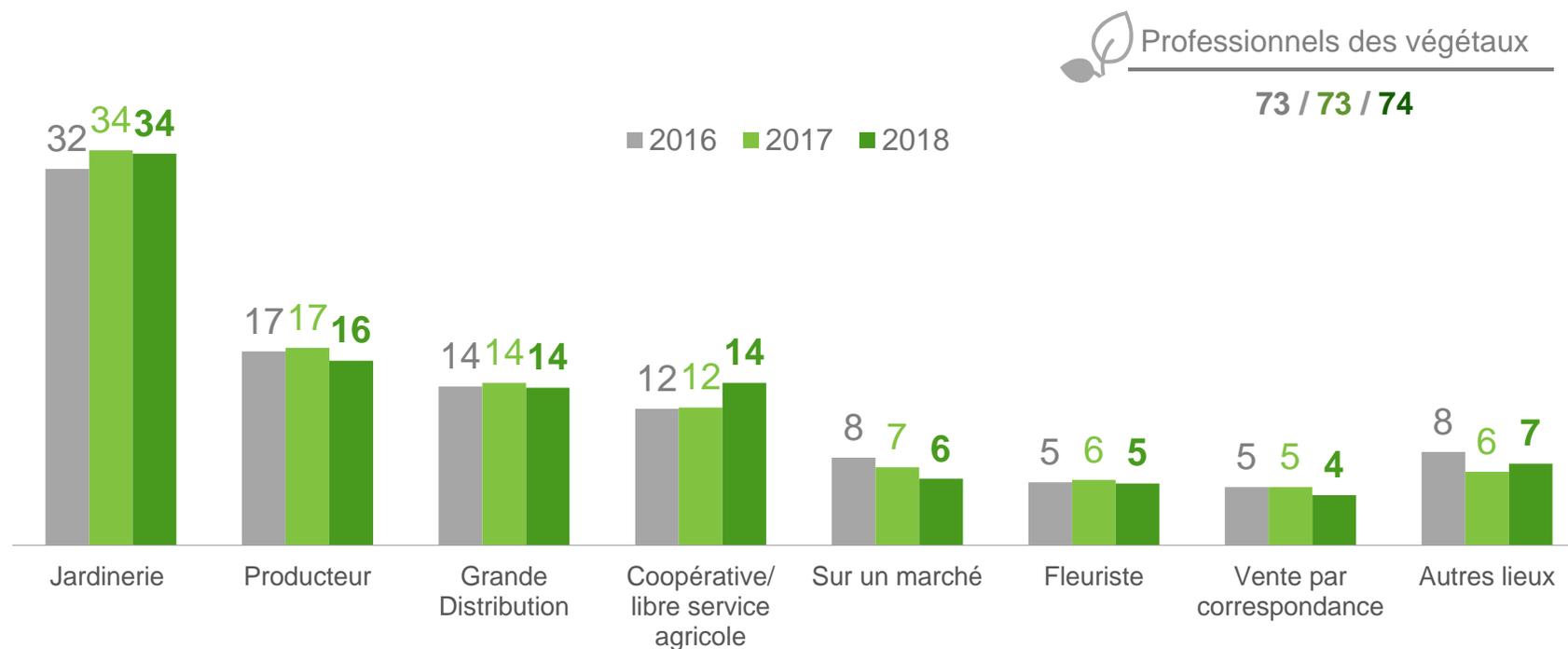
Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

\* Périmètre différent en 2018

# La jardinerie reste le 1<sup>er</sup> circuit en valeur, les LISA sont au même niveau que la grande distribution.

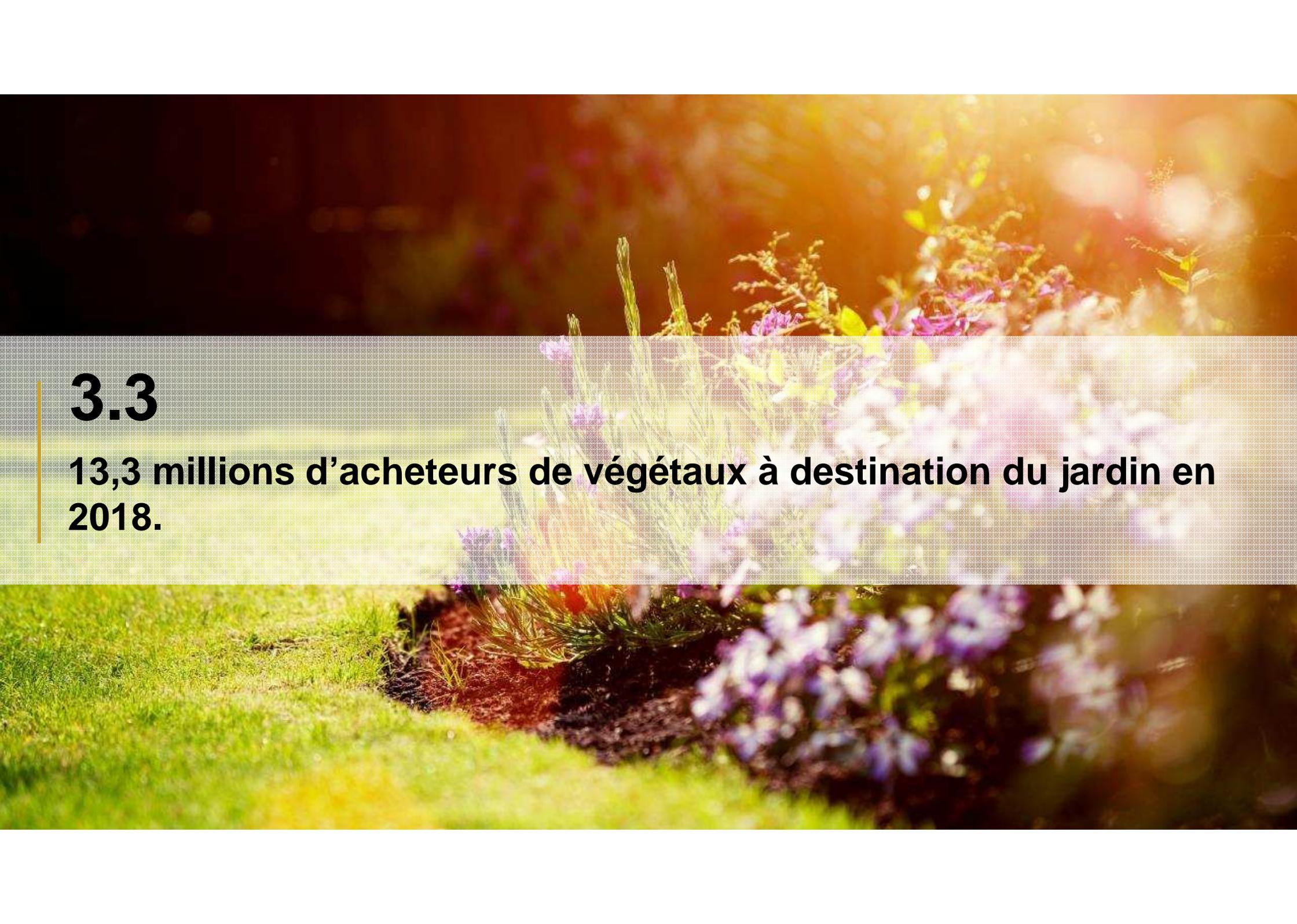
Part de marché des lieux d'achat en % valeur

\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)



Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

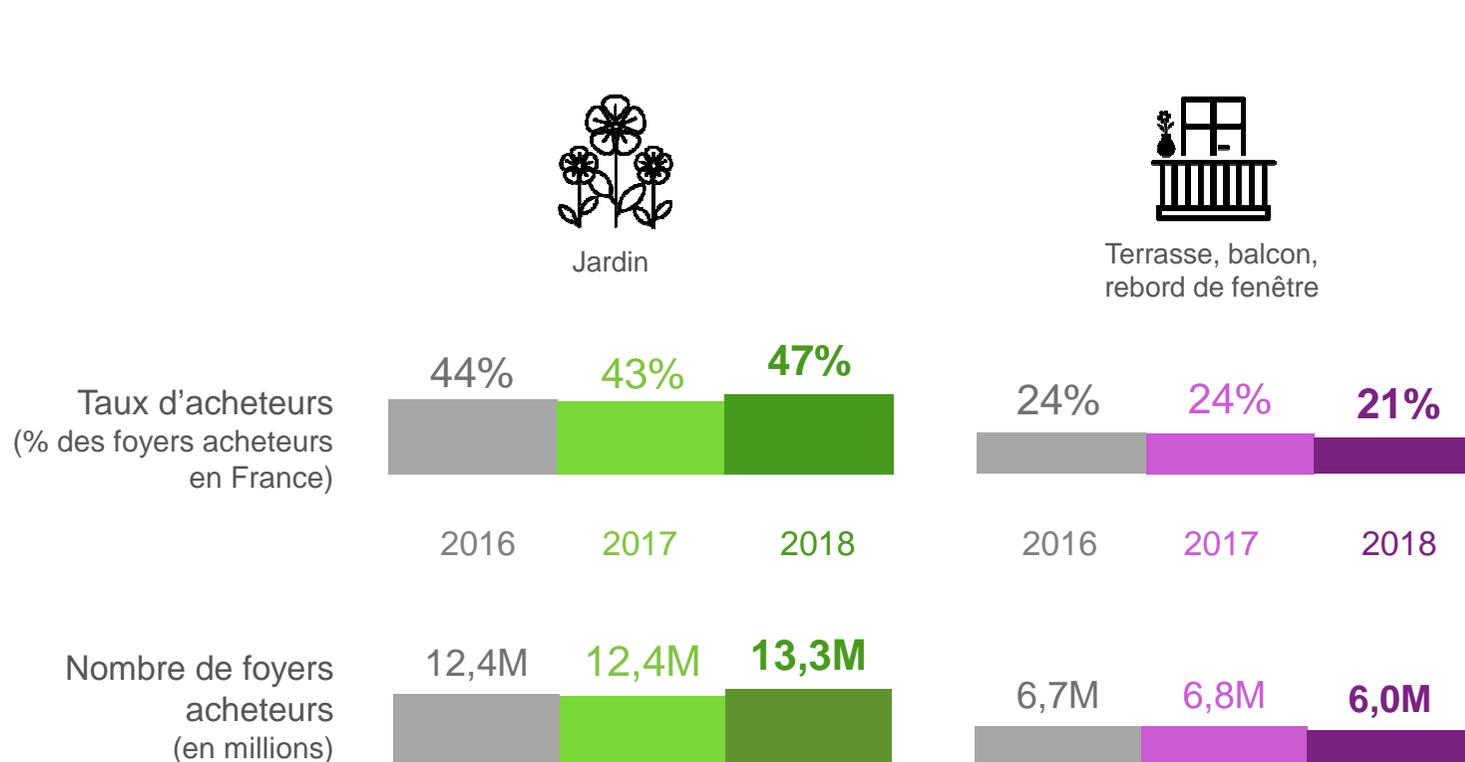
\* Périmètre différent en 2018



## 3.3

**13,3 millions d'acheteurs de végétaux à destination du jardin en 2018.**

# Presque la moitié des foyers Français achètent des végétaux à destination du jardin.



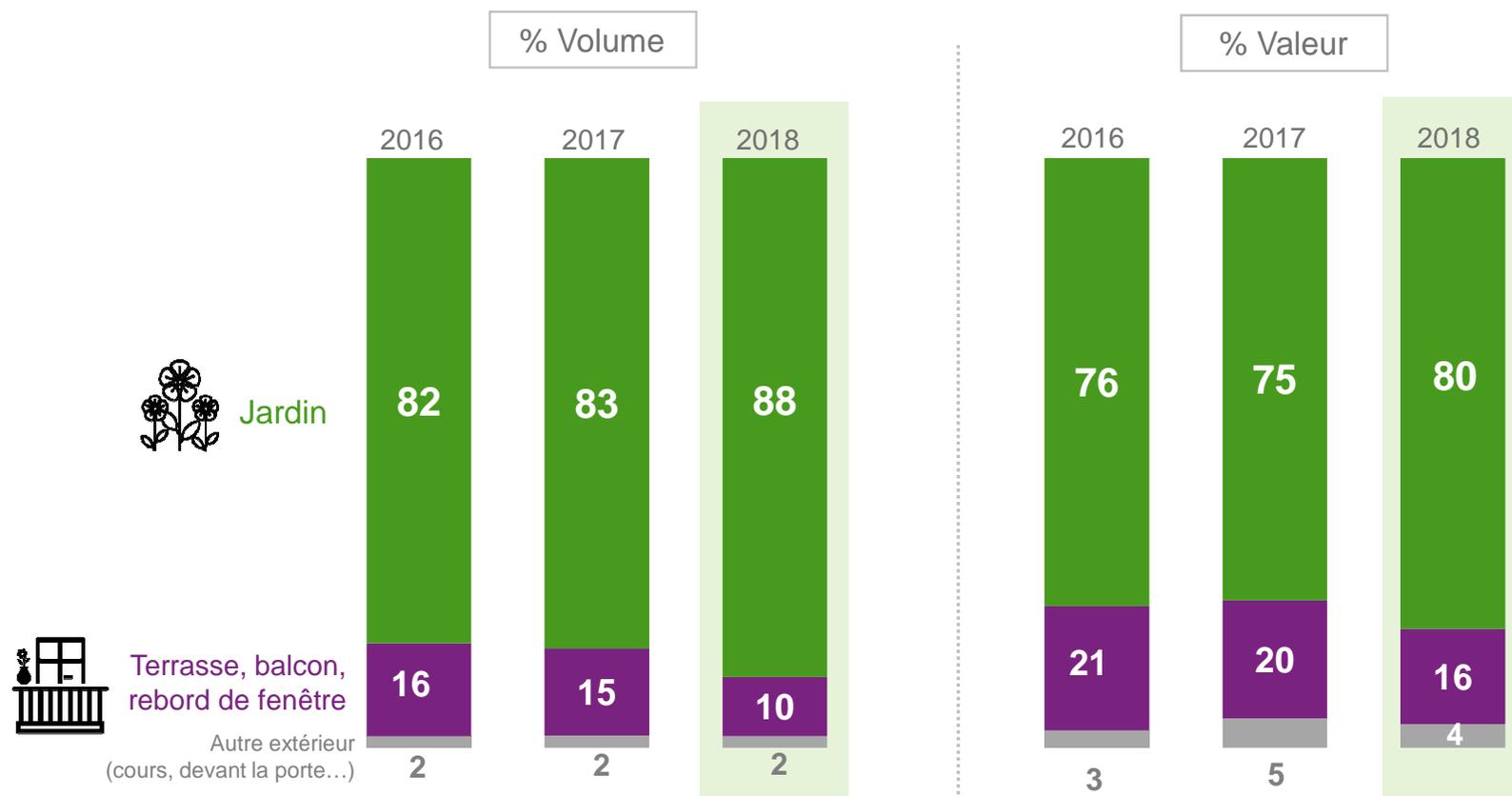
\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers (7000)

En 2018, 28 371 810 foyers en France

\* Périmètre différent en 2018

## Les volumes achetés et les sommes dépensées pour les végétaux d'extérieur sont très largement à destination du jardin.

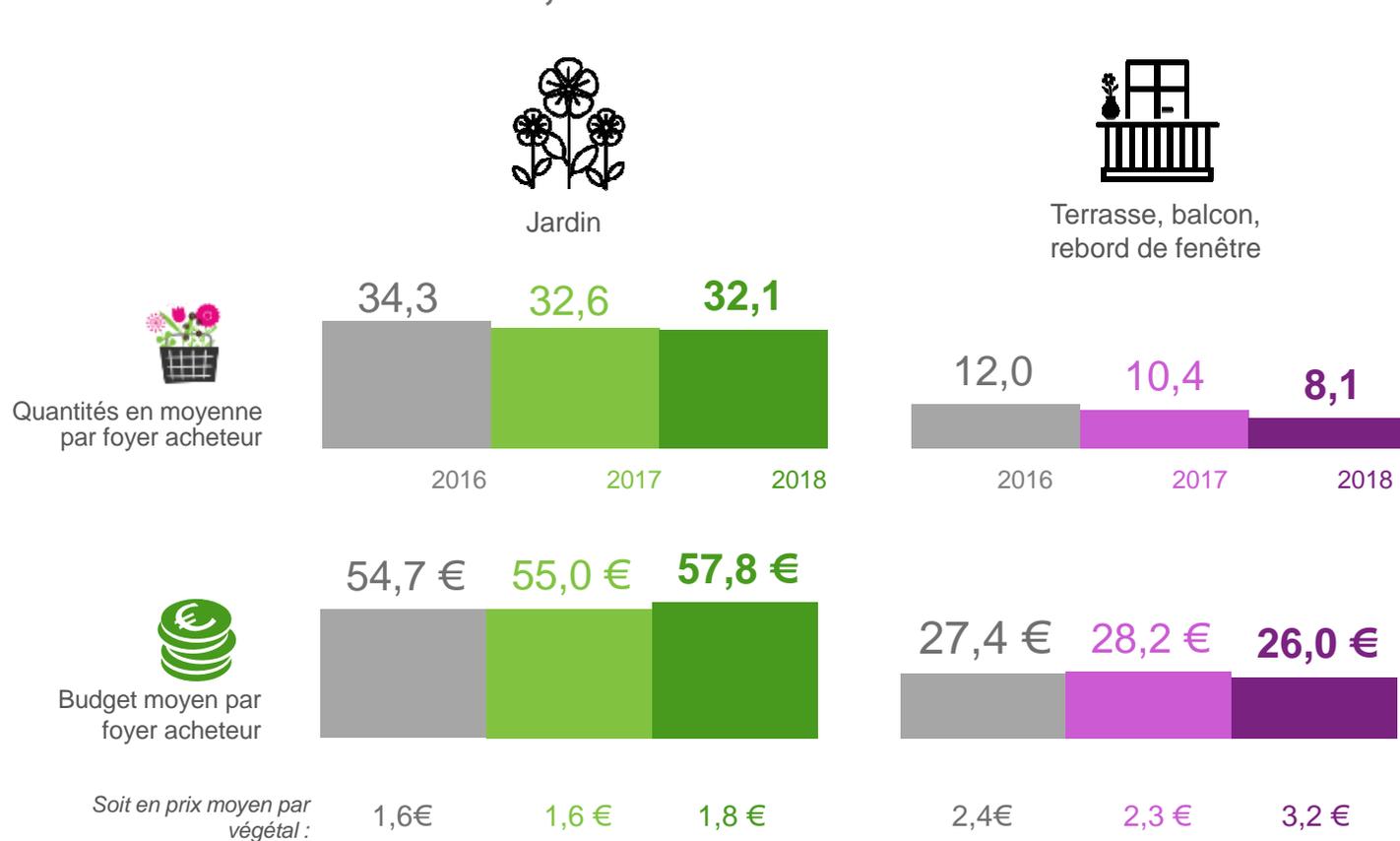


\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)

Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

\* Périmètre différent en 2018

# La panier moyen des acheteurs de végétaux d'extérieur est nettement inférieur pour les végétaux à destination des terrasses, balcons et fenêtres.



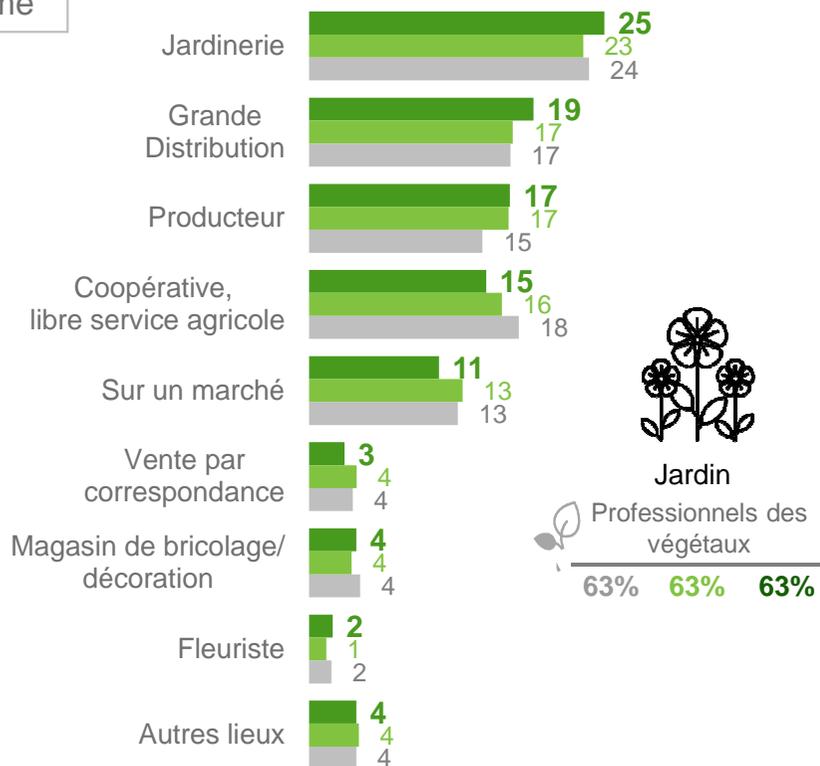
\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)

Base : acheteurs de végétaux d'extérieur (ornement ou potager) / 3809

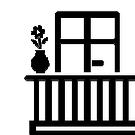
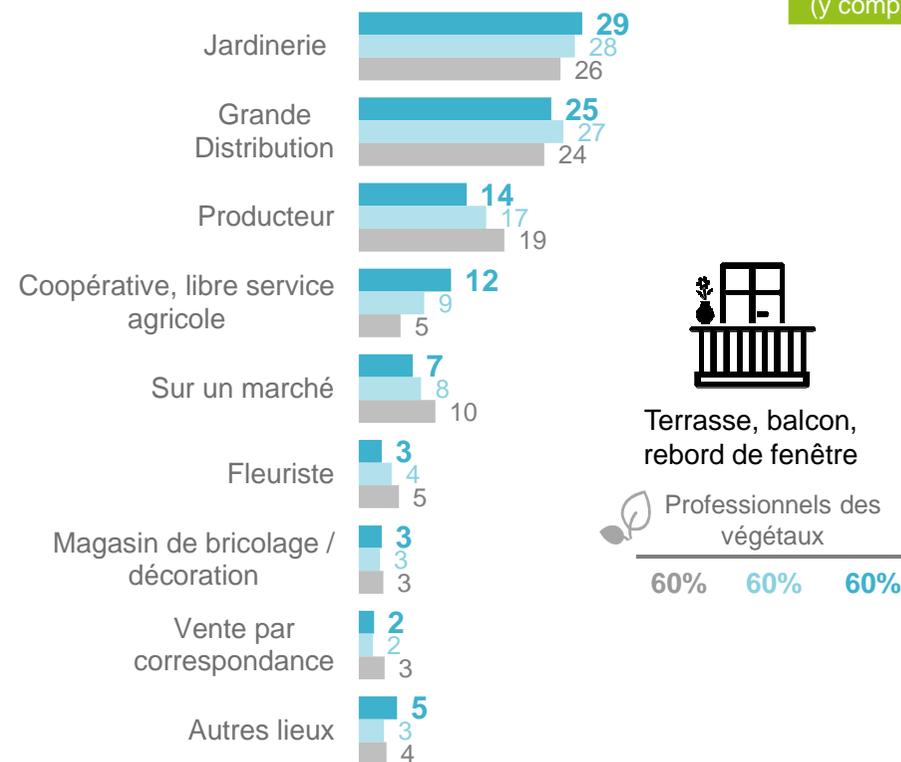
\* Périmètre différent en 2018

Quelque soit la destination des végétaux d'extérieur achetés, les jardineries et magasins de grande distribution sont largement en tête des lieux d'achats en termes de quantités achetées.

% Volume



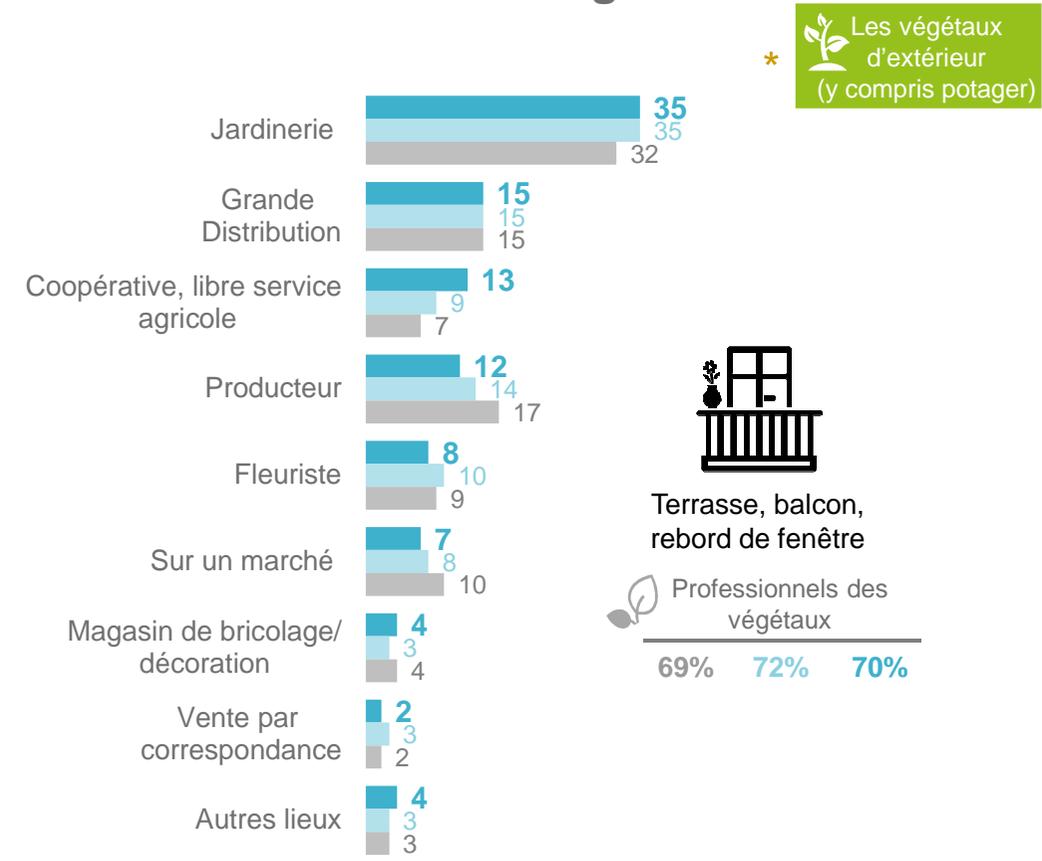
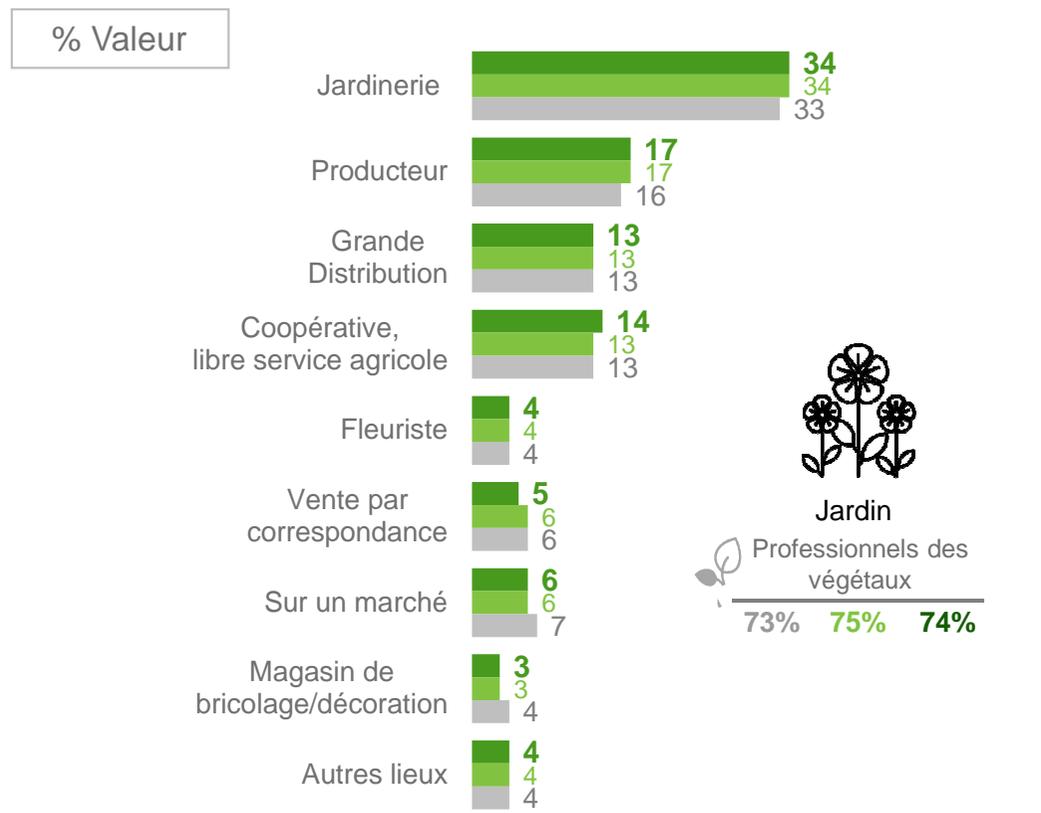
\* Les végétaux d'extérieur (y compris potager)



Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

\* Périmètre différent en 2018

# En sommes dépensées, les jardinerie restent en tête. Mais pour le jardin ce sont les producteurs qui suivent, tandis que pour les terrasses et balcon ce sont les grandes surfaces.



Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

\* Périmètre différent en 2018



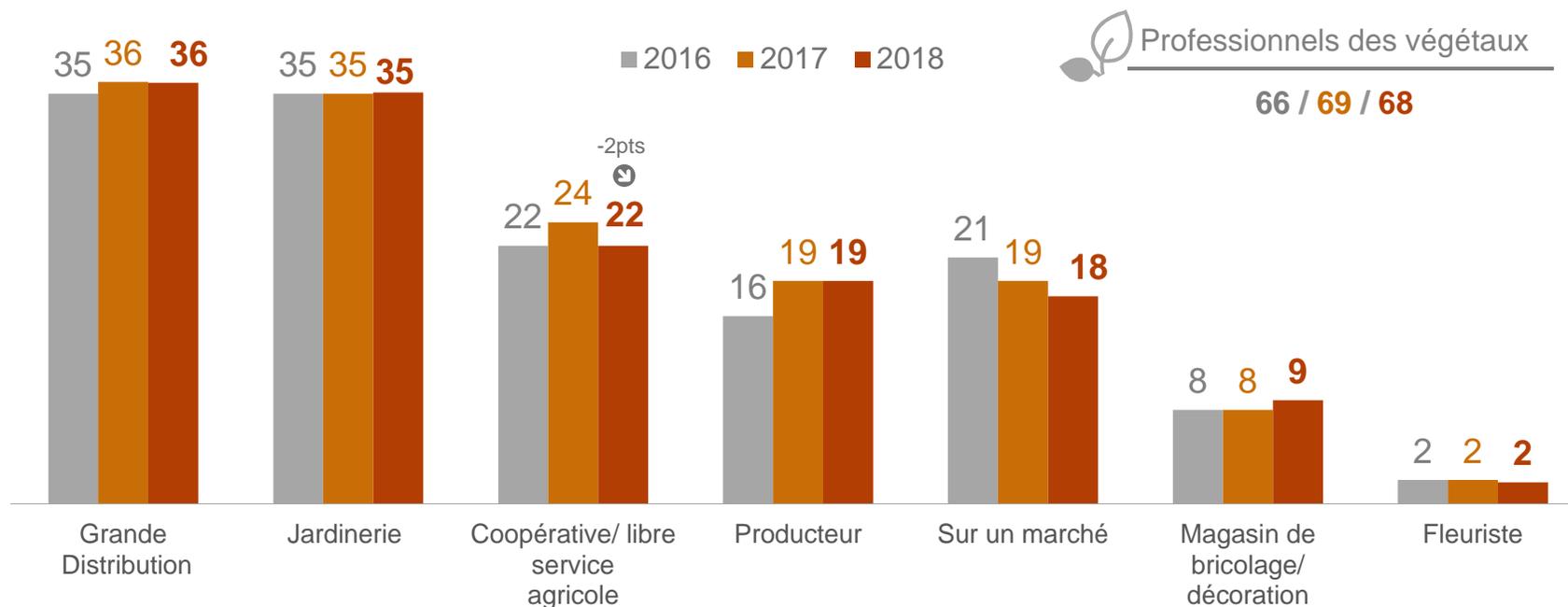
## 3.4

**La grande distribution progresse en PDM volume sur le potager mais baisse en PDM valeur**

# Pour l'achat de végétaux potager, les acheteurs fréquentent autant la jardinerie que la grande distribution. Baisse de la fréquentation des LISA par rapport à 2017



Pénétration des lieux d'achat en % foyers

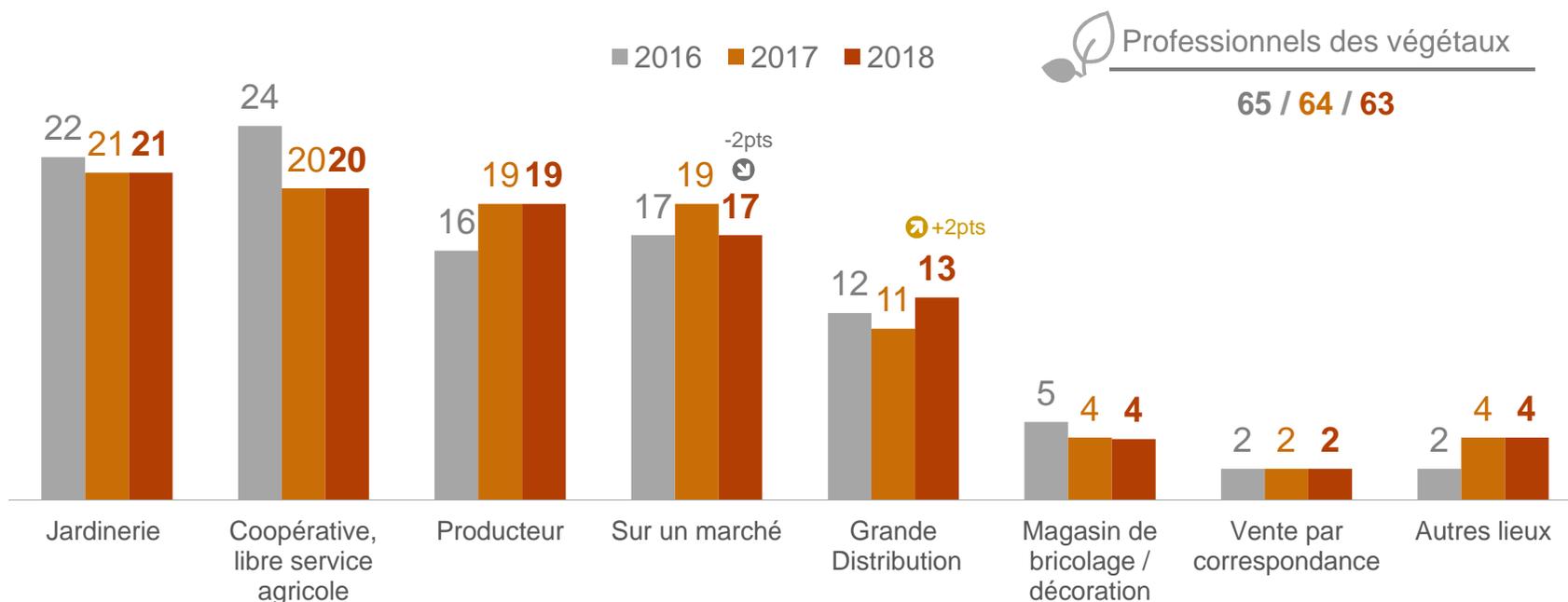


Base : acheteurs de végétaux potager

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# En part de marché volume, la grande distribution progresse de 2 points au détriment du marché

Part de marché des lieux d'achat en % volume

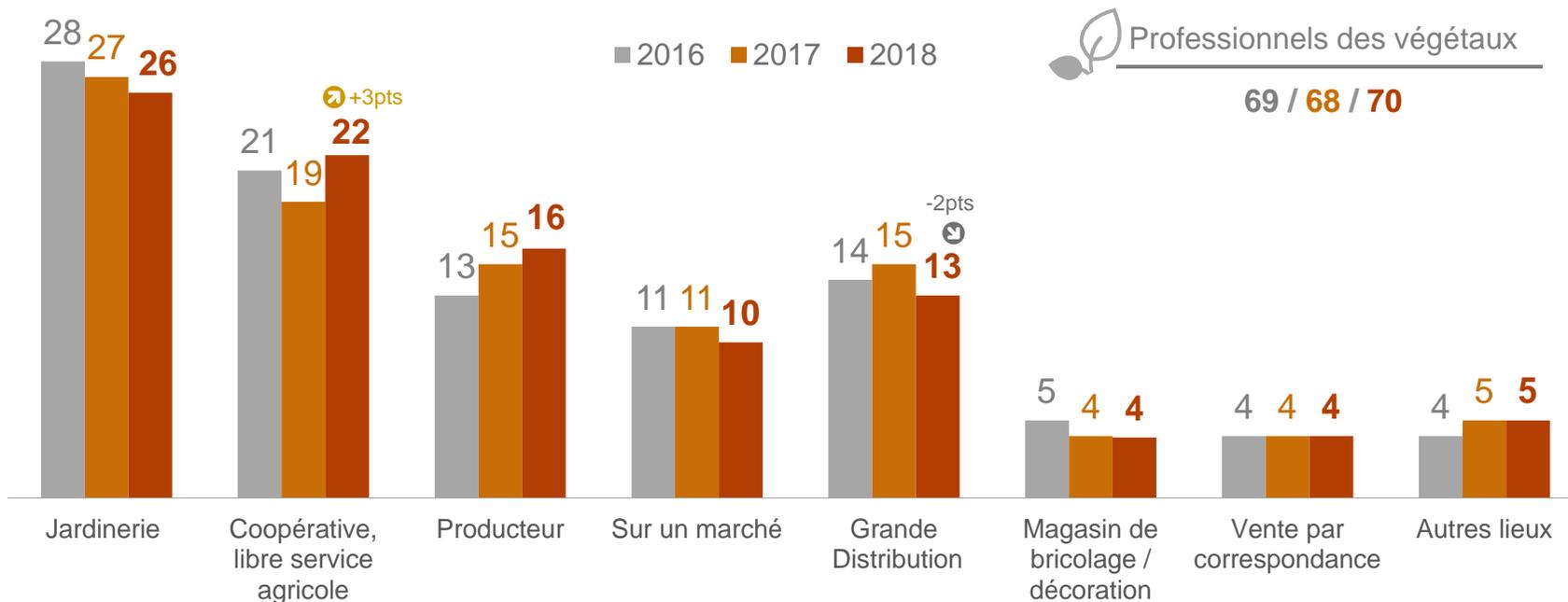


Base : acheteurs de végétaux potager

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# En valeur, hausse de la part de marché des LISA au détriment de la grande distribution

Part de marché des lieux d'achat en % valeur

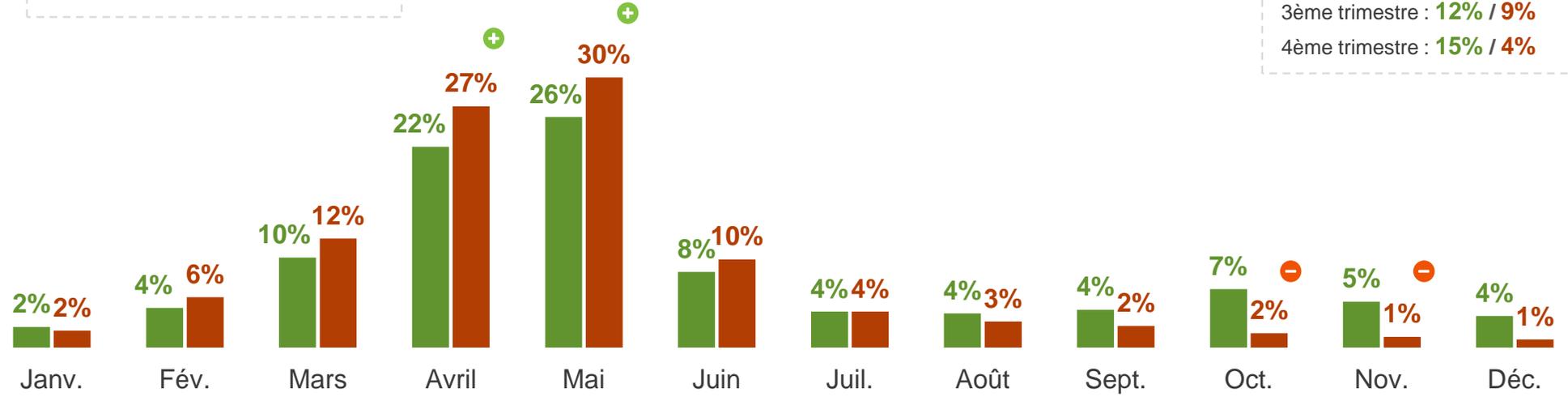


Base : acheteurs de végétaux potager

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Un saisonnalité des achats de végétaux potager concentrée sur le printemps

## Calendrier des achats % en sommes dépensées



Base : acheteurs de végétaux potager

+ - Significativement supérieur / inférieur à l'ensemble des végétaux d'extérieur

## A retenir, concernant les achats de végétaux d'extérieur (ornement et potager) en France en 2018 ...

	<b>55%</b>	des foyers Français ont acheté un végétal d'extérieur d'ornement ou de potager soit 15,3 millions de foyers.
	<b>62,3€</b>	de budget moyen consacré aux végétaux d'extérieur par les foyers acheteurs.
	<b>44%</b>	des acheteurs fréquentent la jardinerie pour l'achat de végétaux d'extérieur suivi de très près par la grande distribution (42%)
	<b>34%</b>	des sommes dépensées sont générées par la jardinerie, et <b>25%</b> des quantités achetées, ce qui en fait le premier lieu d'achat de végétaux d'extérieur.
	<b>67%</b>	des sommes dépensées pour le potager lors du 2 <sup>ème</sup> trimestre de 2018, avril et mai représentent respectivement <b>27%</b> et <b>30%</b> des sommes dépensées.



**4**

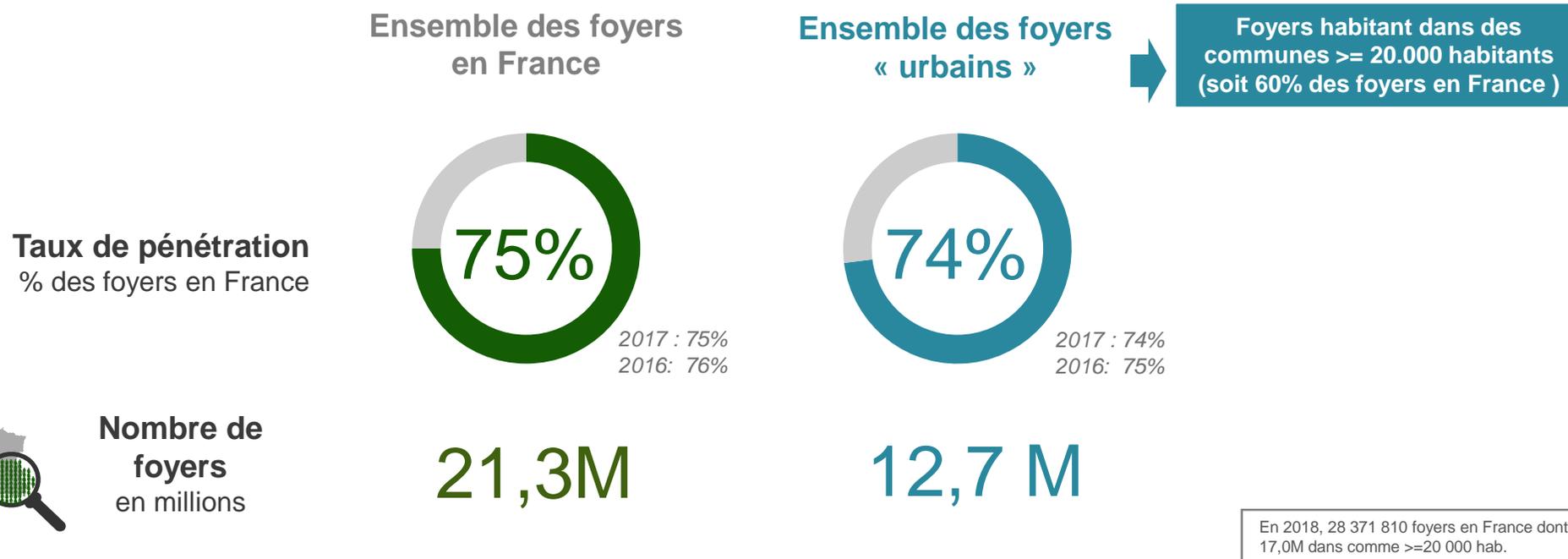
**Les 3 quarts des foyers urbains sont acheteurs de végétaux d'intérieur ou d'extérieur**



# Les foyers « urbains » (habitant dans une commune de 20 000 habitants et plus) sont presque aussi nombreux à acheter des végétaux que l'ensemble des foyers en France



## Ensemble des végétaux (ornement et potager)



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers (7000) / foyers urbains (4247)

Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Mais ils dépensent plus que l'ensemble des acheteurs de végétaux et leur budget progresse davantage par rapport à 2017

Le panier moyen en volume et en valeur par foyer acheteur



Quantités en moyenne par foyer acheteur



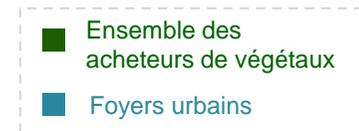
Budget moyen par foyer acheteur



Soit en prix moyen par végétal :

**3,8 €**

**4,3 €**



Base : ensemble des foyers (7000) / foyers urbains (4230)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2017  
 + - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Le nombre de foyers « urbains » acheteurs de végétaux pour l'extérieur progresse. Ils sont aussi plus nombreux à acheter des végétaux d'intérieur que l'ensemble des foyers.

+ **51%** des foyers « urbains » acheteurs de végétaux habitent en appartement, (37% pour l'ensemble des acheteurs)

■ Ensemble des acheteurs de végétaux  
■ Foyers urbains

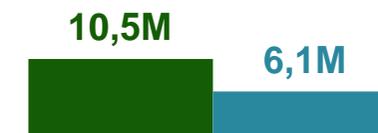
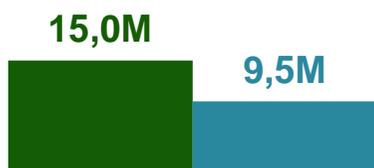
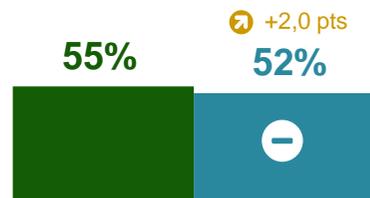
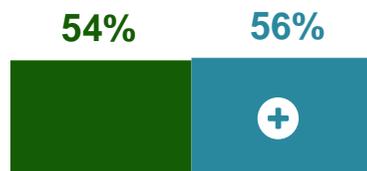
**Taux d'acheteurs**  
(% des foyers acheteurs en France)

**Nombre de foyers acheteurs**  
(en millions)

 **Végétaux d'intérieur**

 **Végétaux d'extérieur**  
(y compris potager)

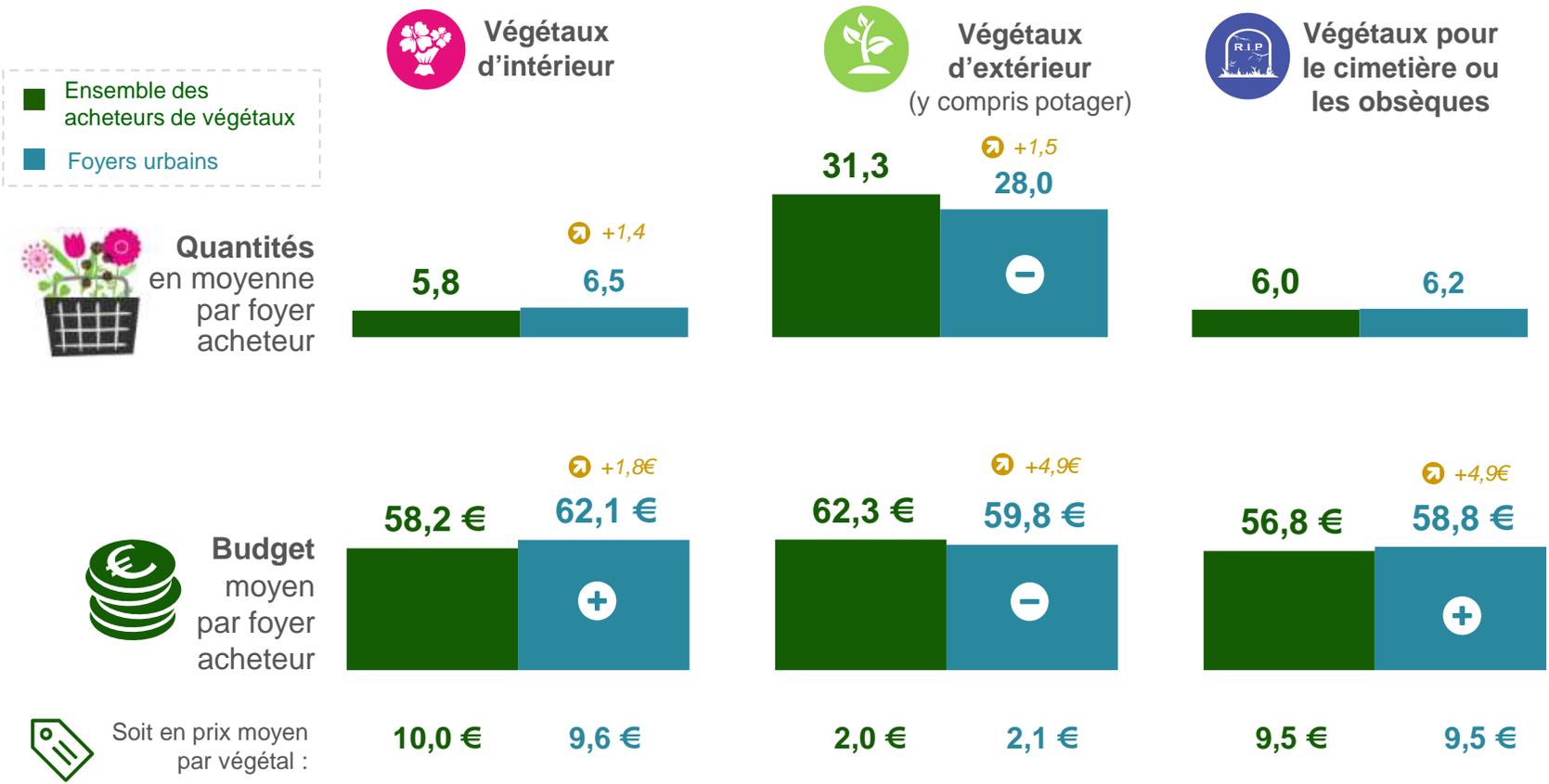
 **Végétaux pour le cimetière ou les obsèques**



Base : ensemble des foyers (7000) / foyers urbains (4230)

 Significativement supérieur/inférieur à 2017  
 Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Belle progression du budget consacré aux végétaux chez les foyers « urbains ».

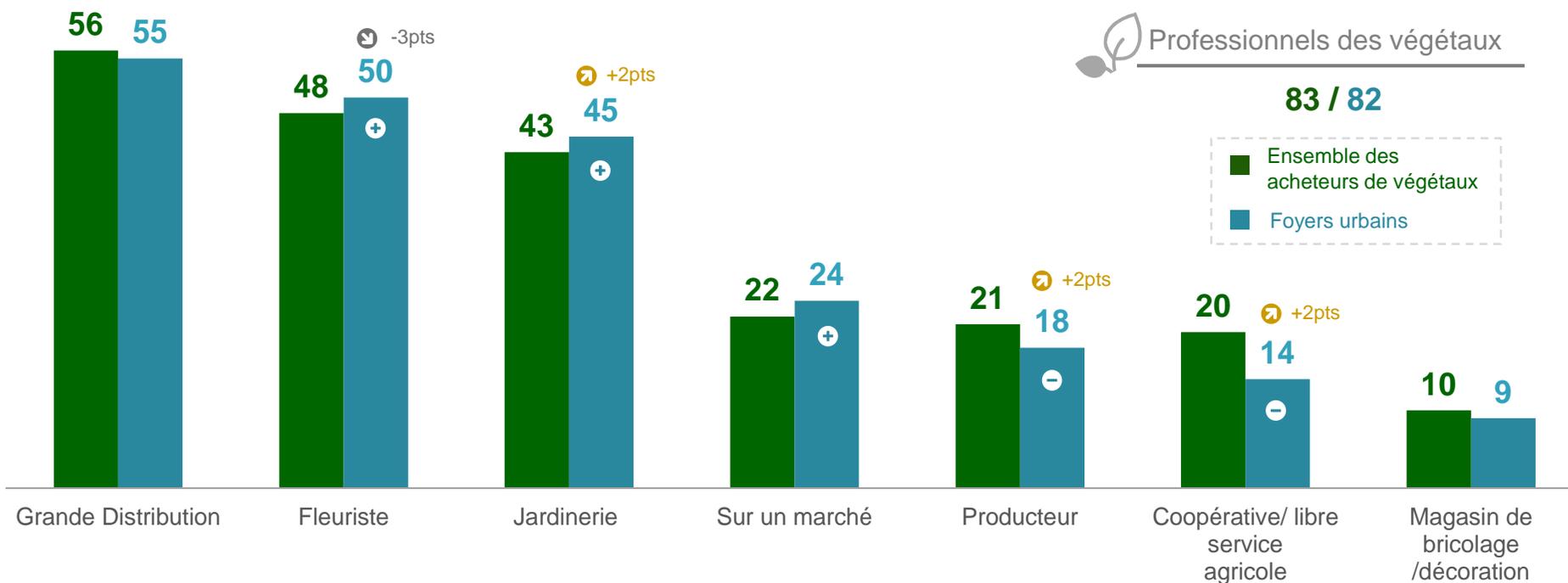
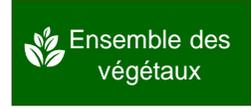


Base : ensemble des foyers (7000) / foyers urbains (4230)

📈📉 Significativement supérieur/inférieur à 2017  
 + - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Les foyers « urbains » acheteurs de végétaux sont sur-représentés chez le fleuriste, la jardinerie et le marché.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers



Professionnels des végétaux

83 / 82

- Ensemble des acheteurs de végétaux
- Foyers urbains

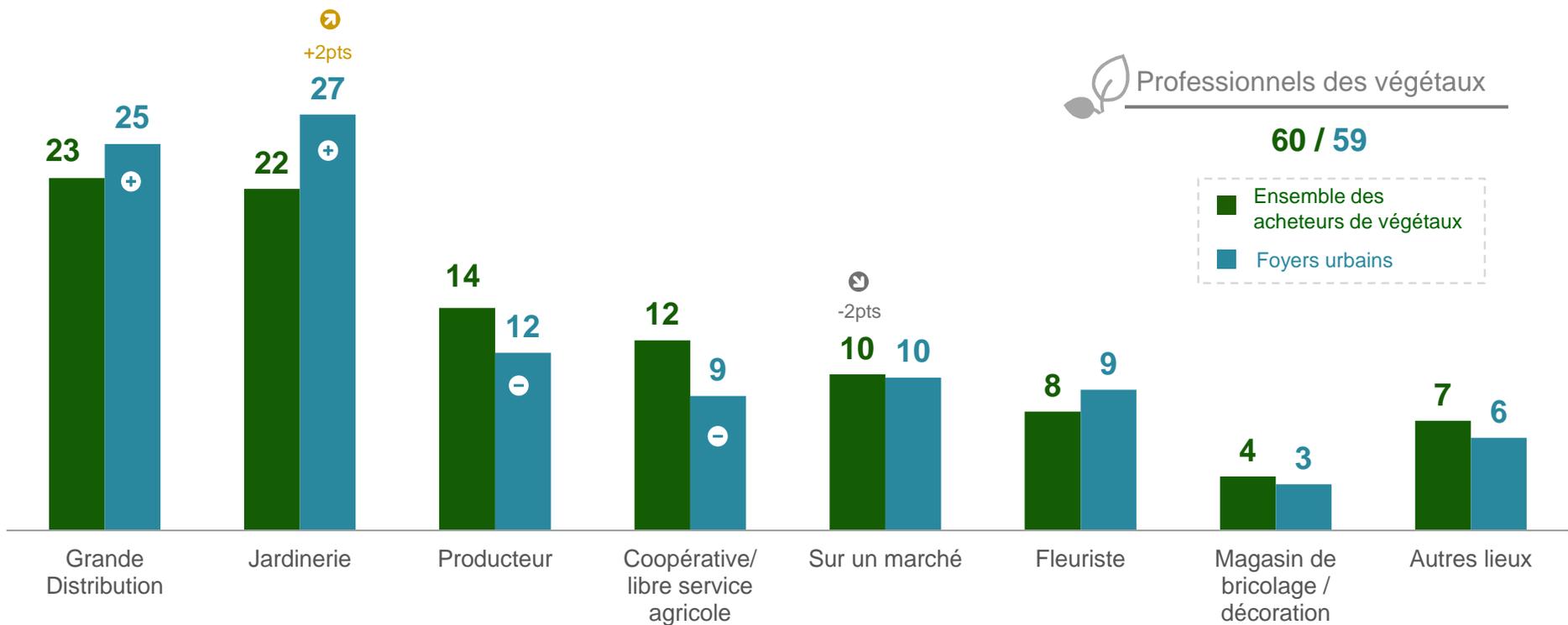
Base : ensemble des acheteurs (5280) / foyers urbains (4230)

📈 📉 Significativement supérieur/inférieur à 2017  
 + - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Chez les foyers « urbains », hausse des parts de marché volume de la jardinerie et de la grande distribution.

Pénétration des lieux d'achat en % volume

Ensemble des végétaux



Professionnels des végétaux  
60 / 59

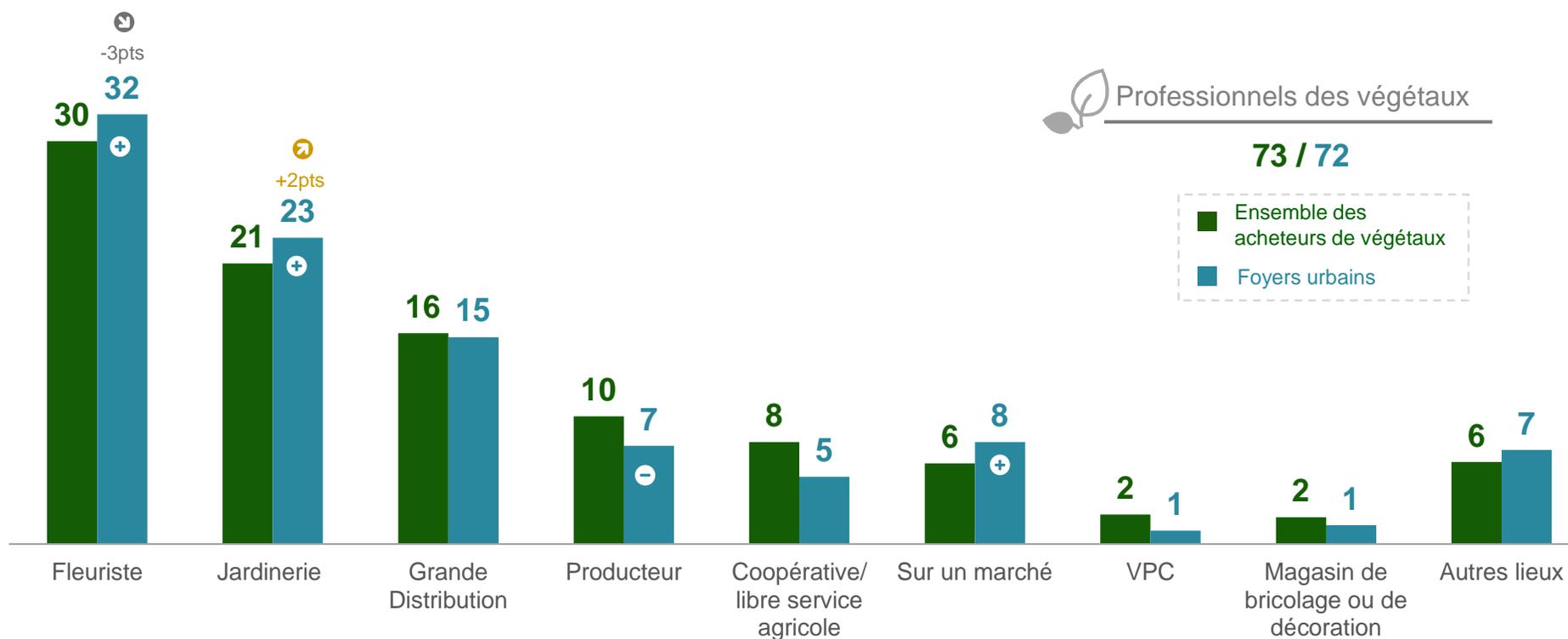
Base : ensemble des végétaux

Significativement supérieur/inférieur à 2017  
Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# En revanche, en part de marché valeur, diminution des fleuristes au profit de la jardinerie

Part de marché des lieux d'achat en % valeur

Ensemble des végétaux



Base : ensemble des végétaux

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2017  
+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Logiquement plus de végétaux pour l'intérieur ou le balcon, terrasse chez les foyers urbains.

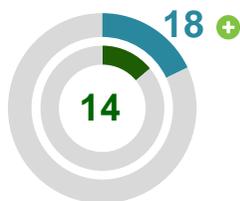
## Destination des végétaux % volume

Ensemble des végétaux

- Ensemble des acheteurs de végétaux
- Foyers urbains



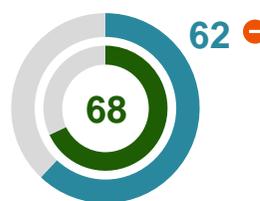
Intérieur



Balcons ou terrasses



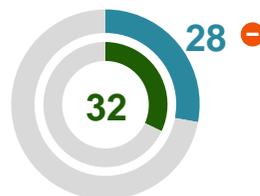
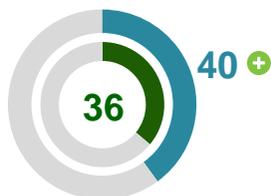
Jardin



Type de logement :  
 Ni balcon, ni terrasse ni jardin : 14% / 18%  
 Balcon ou terrasse : 26% / 39%  
 Jardin : 59% / 43%

Autres : 12% / 11%

## Destination des végétaux % valeur



Autres : 26% / 25%

Base : ensemble des végétaux

+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

# Les plantes mellifères engendrent plus de quantités achetées et de sommes dépensées (à destination du balcon) auprès des foyers urbains qu'auprès de l'ensemble des foyers.

Ensemble des végétaux



## % volume



## % valeur



■ Ensemble des acheteurs de végétaux  
■ Foyers urbains

Type de logement :  
Balcon ou terrasse : 26% / 39%

Base : ensemble des végétaux

+ - Ecart significatif supérieur / inférieur à l'ensemble à 95%

## A retenir, concernant les achats de végétaux des foyers «urbains» en 2018

	<b>74%</b>	des foyers « urbains » (habitant dans une commune de 20 000 habitants et plus) ont acheté un végétal, un chiffre similaire à l'ensemble des foyers (75%).
	<b>116,9€</b>	de budget moyen consacré aux végétaux par les foyers « urbains », un budget en forte progression qui gagne 8,7€ par rapport à l'an dernier.
	<b>56%</b>	des foyers « urbains » achètent un végétal d'intérieur, c'est 2 points de plus que la moyenne Française.
	<b>50%</b>	des foyers « urbains » acheteurs fréquentent le fleuriste pour leur achat, une proportion plus élevée que la moyenne (48%) mais en baisse de 3 points sur l'an dernier.
	<b>32%</b>	des sommes dépensées le sont chez le fleuriste (30% pour l'ensemble), un chiffre également en baisse de 3 points.



# 5

**Polarisation du marché des végétaux pour le cimetière et les obsèques autour de l'entretien des sépultures**



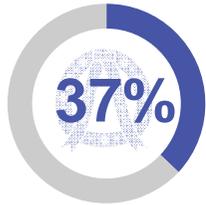
# En 2018, plus d'un foyer sur 3 en France a réalisé un achat de végétaux pour le cimetière ou les obsèques, le budget moyen augmente de 5,5€



## Végétaux pour le cimetière et les obsèques



**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



2017 : 37%  
2016 : 39%

**Nombre de foyers**  
en millions



**10,5M**

2017 : 10,5M  
2016 : 11,0M

**Panier moyen**  
en valeur



De budget moyen par foyer acheteur  
2017 : 51,3€  
2016 : 50,8€

**Panier moyen**  
en volume



Quantités en moyenne par foyer acheteur  
2017 : 5,2  
2016 : 4,9

**Pour le cimetière, jardin du souvenir, site cinéraire**



**Panier moyen**  
en valeur



**Panier moyen**  
en volume



**Obsèques, deuil**



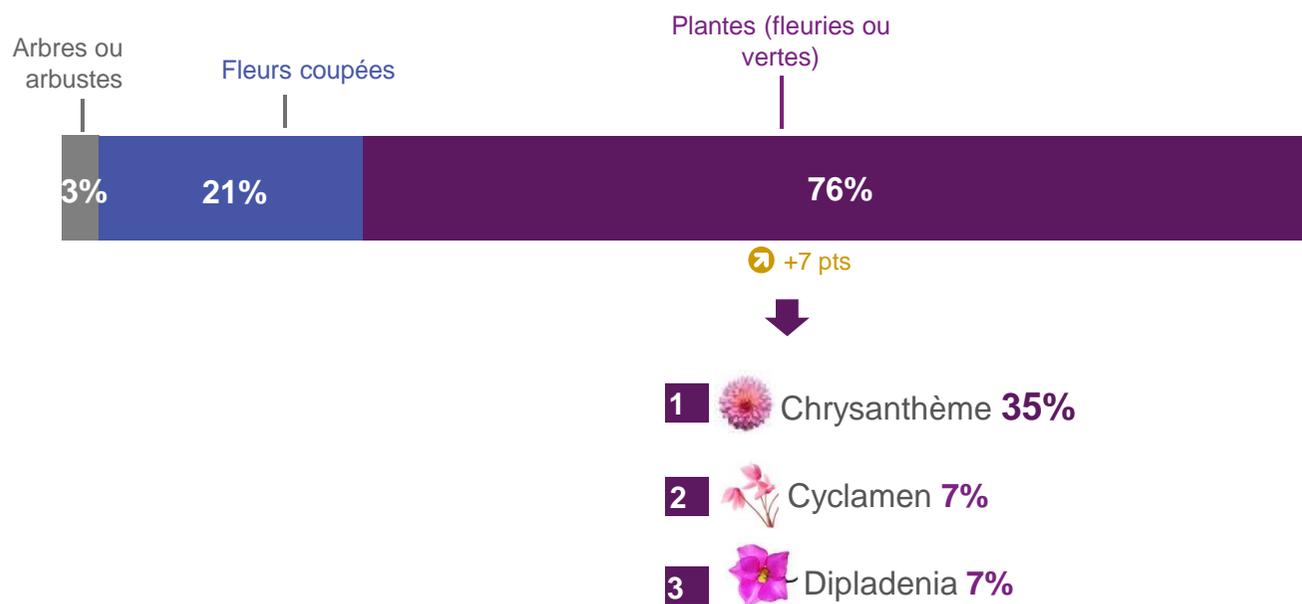
Base : ensemble des foyers (7000)

 Significativement supérieur/inférieur à 2017

# Pour le cimetière, les plantes représentent 76% des sommes dépensées, en hausse par rapport à 2017

Poids des catégories - % des sommes dépensées

## Végétaux pour le cimetière



\* Plantes en pot d'intérieur : plantes fleuries, vertes, grasses, cactées, bonzaïs

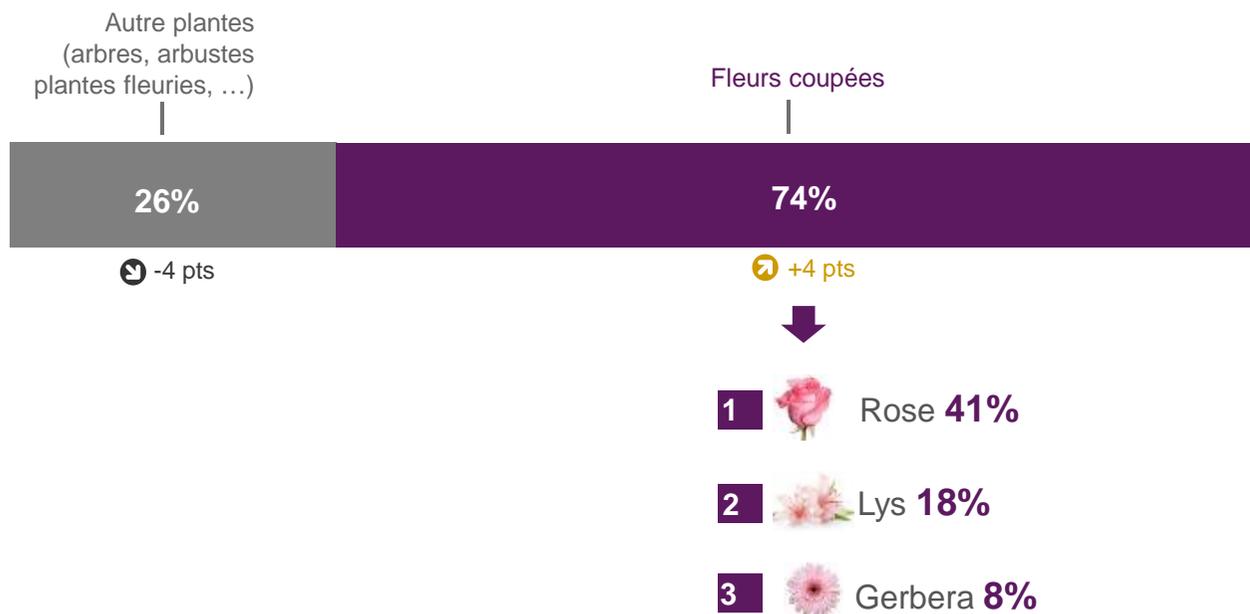
 Significativement supérieur/inférieur à 2017

Les fleurs coupées représentent  $\frac{3}{4}$  des sommes dépensées à l'occasion d'obsèques.

Poids des catégories - % des sommes dépensées



Végétaux pour les obsèques



\* Plantes en pot d'intérieur : plantes fleuries, vertes, grasses, cactées, bonzaïs

Significativement supérieur/inférieur à 2017

La grande distribution est le 1<sup>er</sup> circuit en volume pour les achats à destination du cimetière, mais le fleuriste domine en valeur. Par rapport à 2017, la jardinerie progresse.



Végétaux pour le cimetière



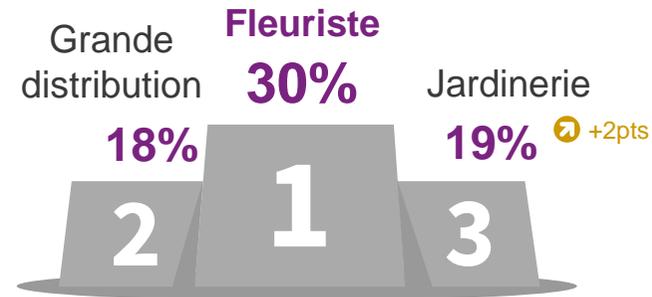
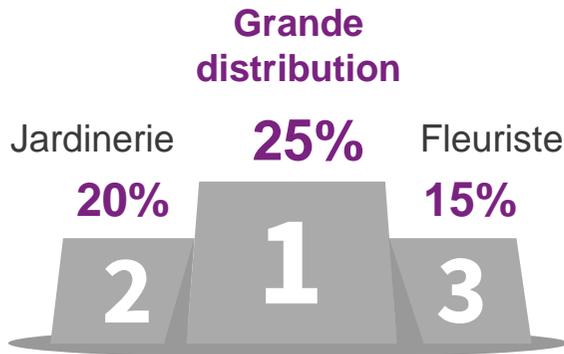
Lieux d'achat



% Volume



% Valeur



Significativement supérieur/inférieur à 2017

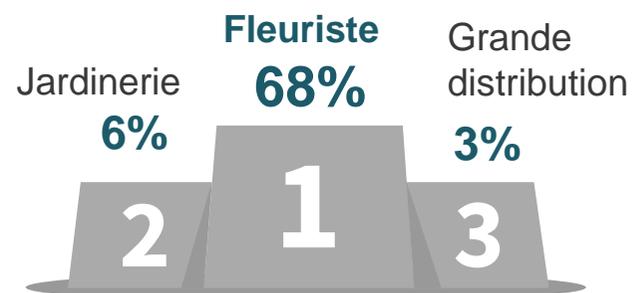
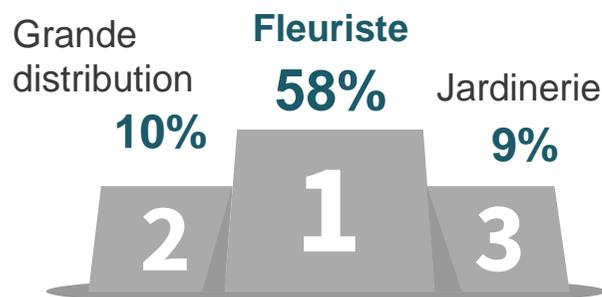
Le fleuriste domine le marché des végétaux pour les obsèques avec 58% des volumes et 68% des sommes dépensées.

Végétaux pour les obsèques

Lieux d'achat

% Volume

% Valeur



Significativement supérieur/inférieur à 2017

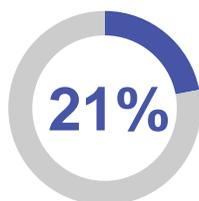
# Un peu plus de 2 foyers Français sur 10 ont acheté un végétal à l'occasion de la Toussaint pour un budget moyen de 25,7€



## Achats à l'occasion de la Toussaint

### Taux de pénétration

% des foyers en France



Soit 6,0 millions de foyers en France

### Panier moyen en valeur



25,7 €

De budget moyen par foyer acheteur

25% des sommes dépensées en végétaux pour le cimetière/obsèques sont réalisées à l'occasion de la Toussaint,



### Chrysanthème

Représente 72% des sommes réalisées à l'occasion de la Toussaint



### Lieux d'achat

En % des sommes dépensées

- 1 Grande distribution 25%
- 2 Fleuriste 20%

## A retenir, concernant les achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques en France en 2018 ...

	<b>37%</b>	des foyers Français ont acheté un végétal pour le cimetière ou pour des obsèques
	<b>56,8€</b>	de budget moyen consacré aux végétaux pour le cimetière ou pour les obsèques, en augmentation par rapport à l'an dernier.
	<b>83%</b>	des sommes dépensées pour les végétaux à destination du cimetière concernent les achats de fleurs coupées, ce chiffre est de <b>74%</b> pour les obsèques.
	<b>68%</b>	des sommes dépensées à destination des obsèques le sont chez le fleuriste, et <b>30%</b> pour les cimetières.
	<b>21%</b>	des foyers en France ont acheté un végétal à l'occasion de la Toussaint, une pénétration stable depuis 2017.

## Contacts



*FranceAgriMer, établissement national des produits de l'agriculture et de la mer, exerce ses missions pour le compte de l'État, en lien avec le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du territoire.*

*Ces missions consistent principalement à favoriser la concertation au sein des filières de l'agriculture et de la pêche, à assurer la connaissance et l'organisation des marchés, ainsi qu'à gérer des aides publiques nationales et communautaires.*

Contact : Claudie BERNABE  
[claudie.bernabe@franceagrimer.fr](mailto:claudie.bernabe@franceagrimer.fr)

*VAL'HOR est l'Interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage. Elle rassemble les organisations professionnelles du secteur de la production et du commerce horticole et des pépinières, ainsi que du paysage et du jardin.*



*Ses missions sont les suivantes : développer la consommation de produits et de services par la communication et la promotion collective, réaliser des programmes d'expérimentation en matière d'innovation technique, favoriser le recrutement dans la filière par la valorisation des métiers et des savoir-faire, élaborer et mettre en œuvre des règles et disciplines de qualité et de certification, développer la connaissance du marché et de la filière par la réalisation et la diffusion d'études, optimiser les mécanismes du marché et la synergie entre les opérateurs.*

Contact : Aline HAERINGER  
[aline.haeringer@valhor.fr](mailto:aline.haeringer@valhor.fr)

## KANTAR

*Référence des études marketing et d'opinion, Kantar est leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée, n°1 des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays.*

*Kantar offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études uniques couvrent la gestion de marque, la communication, la conquête de nouveaux marchés, l'innovation, l'acquisition de clients et le stakeholder management.*

*Kantar nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et développe une connaissance unique des comportements et des attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques.*

Contacts : Jérôme Jardon [jerome.jardon@kantar.com](mailto:jerome.jardon@kantar.com)  
Imen Bedda [imen.bedda@kantar.com](mailto:imen.bedda@kantar.com)  
Margaux Zaba [margaux.zaba@kantar.com](mailto:margaux.zaba@kantar.com)