

Végétaux d'extérieur

Les achats des Français en 2008

Source : TNS-Sofres (panel cofinancé par FranceAgriMer et Val'hor)

Direction Marchés, Etudes et Prospective FranceAgriMer - Unité cultures et filières spécialisées
Jean Marc Rouvier - 01 73 30 34 97 Claudie Bernabé - 01 73 30 33 48

Sommaire

Avertissement préalable

Méthodologie

Le marché

L'ensemble du marché de 2002 à 2008

La consommation des particuliers en végétaux d'extérieur en 2008

Les produits

Les plantes vivaces et à massifs

Les conifères, arbres et arbustes d'ornement

Les rosiers

Les bulbes et oignons à fleurs

Les fruitiers

La destination des achats

Le jardin

Le balcon et la terrasse

Le cimetière

Les lieux d'achat

Les jardinerie Garden Center

Les horticulteurs

La vente par correspondance

Les hypermarchés, supermarchés, grands magasins

Les détaillants de marché

Les fleuristes et les grainetiers

Les grandes surfaces de bricolage

Les jardinerie d'hypermarché

AVERTISSEMENT PREALABLE

Afin de réagir au constat d'une érosion des taux de retour au fil des années, TNS SOFRES a modifié l'animation du panel Métascope en 2008.

Cette modification a entraîné une augmentation du taux de retour de + 10 points en moyenne.

Afin de **chiffrer la comparaison** entre les données 2007 et 2008, **les données 2007 ont nécessité une rétopolation*** à l'aide d'une modélisation prenant en compte 2008 et les années passées. **Cette rétopolation conduit à une augmentation des chiffres en volume et en valeur pour l'année 2007 et crée une rupture par rapport aux données antérieures à 2007 qui ne permet pas de ce fait d'établir des commentaires sur des évolutions de longue durée.**

Dans les tableaux et graphiques, les données en volume et en valeur des années antérieures à 2007 sont reprises pour mémoire.

Dans ce document, tous les rapprochements entre les données 2008 et 2007 sont établis avec les données 2007 rétopolées.

** Lors d'un changement de système, recalcul des données des années antérieures à partir des données de la nouvelle base.*

Méthodologie

L'échantillon

L'échantillon étudié est constitué de 6 000 ménages sélectionnés parmi les 20 000 ménages du panel consommateurs METASCOPE de TNS Sofres. Ces 6 000 ménages sont représentatifs de l'ensemble des ménages français.

La représentativité de l'échantillon interrogé a été contrôlée selon les cinq critères socio-démographiques usuels :

- la région de résidence ;
- l'habitat ;
- le nombre de personnes au foyer ;
- l'âge et la catégorie socio-professionnelle du chef de ménage ;

Cet échantillon n'intègre pas les collectivités.

Les produits étudiés

Le panel concerne les achats de végétaux d'extérieur d'agrément. Il n'inclut pas les achats de plantes, bulbes et graines potagères.

La technique d'enregistrement et la périodicité

L'enquête est réalisée par voie postale dans le cadre de l'index d'achat mensuel.

Un questionnaire est envoyé chaque fin de mois aux 6 000 ménages. Chaque panéliste de TNS Sofres doit y décrire les achats pour son foyer.

Des résultats extrapolés

Pour parvenir aux chiffres de l'ensemble du marché, on multiplie les résultats obtenus par un coefficient égal au nombre de ménages INSEE / 6 000 ménages TNS Sofres.

Ce coefficient change chaque année. En 2008, il s'élève à 4 333

Les résultats

Les résultats présentés dans cette étude constituent une synthèse. Nous possédons toutefois le détail pour chaque type de produits.

FranceAgriMer et TNS Sofres n'ont pas le monopole du suivi des achats de produits horticoles.

D'autres organismes, c'est le cas notamment de l'association Promojardin, qui regroupe un certain nombre d'opérateurs du secteur «jardin», réalisent eux aussi leurs propres statistiques.

Les résultats peuvent différer en raison de la spécificité de chaque méthode et surtout d'agrégats différents. Il est donc préférable d'examiner séparément les différentes sources d'information en privilégiant les grandes tendances.

Structure socio-démographique des ménages

(Source INSEE Enquête Emploi 2002- estimation 2008)

PAR REGION

Région parisienne	Bassin parisien	Ouest	Sud-Est	Méditerranée	Sud-Ouest	Est	Nord
17,5	17,6	14,3	11,9	12,6	11,3	8,6	6,2

PAR PROFESSION ET CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Exploitant agricole	Commerçant, artisan et chef d'entreprise	Prof. libérale, cadre supérieur	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Inactif (retraité ou autre)
1,6	4,0	11,3	14,2	10,8	16,7	41,4

PAR TRANCHE D'AGE

Moins de 35 ans	De 35 à 44 ans	De 45 à 54 ans	De 55 à 64 ans	65 ans et plus
18,3	18,4	18,4	17,0	27,9

PAR TYPE D'AGGLOMERATION

Zone rurale	De 2 000 à 20,000 habitants	De 20 000 à 100 000 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
24,8	17,6	13,2	28,8	15,6

Le marché

La consommation des particuliers en végétaux d'extérieur en 2008

Consommation totale : **442,8 millions de végétaux destinés à l'extérieur**
916,5 millions d'euros,

Evolution 2007/2008 : - **3,6 %** en volume
+ **3,6 %** en valeur

Ce recul en volume, est plus particulièrement à imputer à la baisse des achats sur les mois d'automne 2008.

Sur le long terme, le marché des végétaux d'extérieur accuse une baisse des quantités de près de 20 %. En revanche, les sommes dépensées continuent à progresser.

Par rapport à l'année 2007

Les seuls groupes de **produits** dont le marché **progressé** de façon significative en valeur sont :

- ✓ Arbres et arbustes fruitiers/petits fruits
- ✓ Arbres et arbustes d'ornement
- ✓ Plantes à massif
- ✓ Rosiers

Les groupes de **produits** dont le marché est en **baisse** sont :

- ✓ Conifères
- ✓ Bulbes
- ✓ Plantes vivaces

Les **lieux d'achat** qui ont connu une **progression** de leur marché en valeur sont :

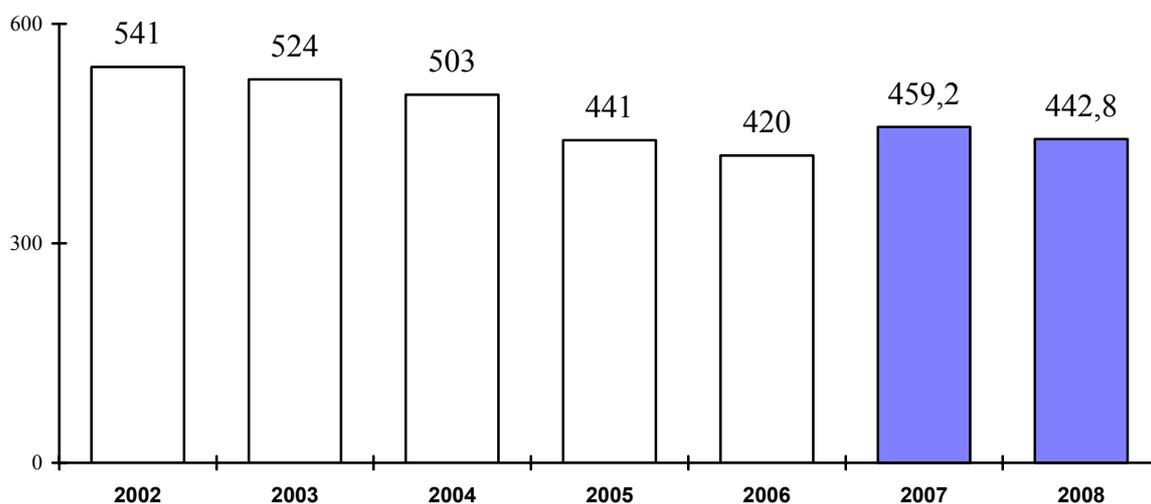
- ✓ Les jardinerias Garden Center distributeurs (5,4 %),
- ✓ Sur exploitation (4 %),
- ✓ La vente par correspondance (8,3 %),
- ✓ Les jardinerias d'hypermarché (7,2 %)
- ✓ Les fleuristes (0,8 %)
- ✓ La grandes surfaces de bricolage (0,8%)
- ✓ Les détaillants de marché (0,5 %)

Les **lieux d'achat** qui ont connu un **repli** de leur marché en valeur sont :

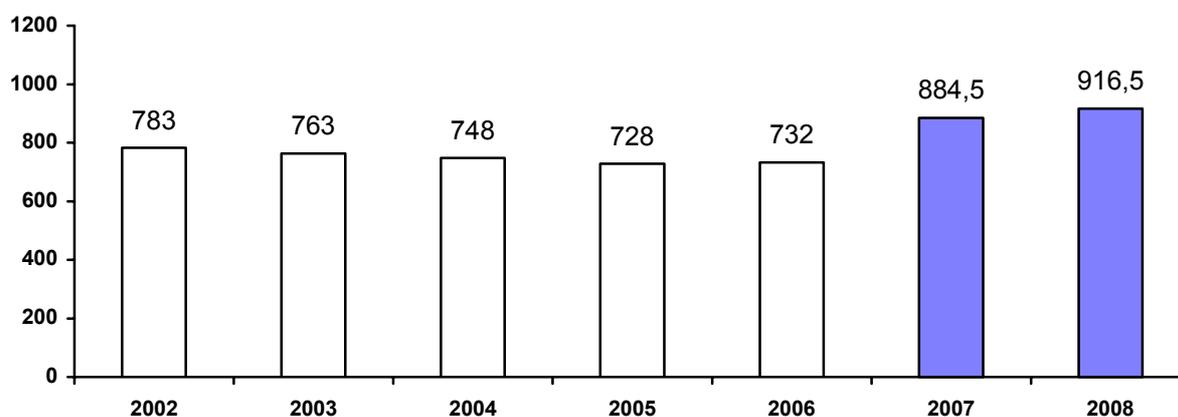
- ✓ Les grainetiers (- 10,5 %)

L'ensemble du marché de 2002 à 2008

Evolution des achats en volume (en millions de végétaux) *



Tendance (en millions d'euros) *



* données antérieures à 2007 : pour mémoire

Avec 442,8 millions de végétaux d'extérieur achetés pour un montant de 916,5 millions d'euros, 2008 présente des résultats en baisse de 3,6 % en volume et progresse de 3,6 % en valeur par rapport à 2007 rétropolé.

Les catégories de végétaux, destinations et lieux d'achat

♦ En quantités achetées

	(Millions de végétaux)		2008/2007 (en %) (1)
	2007 R	2008	
Plantes vivaces et à massifs	235,3	237,2	0,8%
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	27	28,7	6,4%
Rosiers	10,3	10,3	-0,3%
Bulbes et oignons	157,6	137,9	-12,5%
Fruitiers (arbres et arbustes)	16,5	16,5	-0,1%
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	12,5	12,2	-1,8%
*total (dont imprécis 0,3%)	459,2	442,8	-3,6%
Jardin	294,9	280,9	-4,7%
Balcon ou terrasse	130,6	133,8	2,5%
Cimetière	18,7	18,4	-1,6%
total (dont imprécis 3,4% en 2007 et 2,2% en 2008)	459,2	442,8*	-3,6%
Jardineries Garden Center	123,8	122,9	-0,7%
Sur exploitation	75,5	73,1	-3,1%
Vente par correspondance	57,5	55,3	-3,8%
Hyper, supermarchés, grands magasins	89,2	83,2	-6,7%
Détaillants de marché	27	26	-3,9%
Ensemble des fleuristes*	17,3	16,5	-4,7%
Grande surface de bricolage	24,3	22,2	-8,6%
Jardineries d'hypermarchés	12,7	12,5	-1,0%
Grainetiers	10	8,6	-14,5%
Autres lieux (dont LISA, IKEA)	21,9	22,4	2,5%
Ensemble du marché (2)	459,2	442,8	-3,6%

(1) Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

(2) chiffres arrondis

♦ *En sommes dépensées*

	Sommes dépensées (Millions d'euros)		Evolution 2008/2007 (en %)(1)
	2007 R	2008	
Plantes vivaces et à massifs	314,2	324,4	3,3%
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	250,7	263,5	5,1%
Rosiers	83,9	85,3	1,7%
Bulbes et oignons	79	75,8	-4,0%
Fruitiers (arbres et arbustes)	113,9	121,5	6,7%
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	42,8	45,9	7,2%
total (dont imprécis 0,6%)	884,5	916,5	3,6%
Jardin	574,0	586	2,1%
Balcon ou terrasse	242,8	255	5,0%
Cimetière	50,3	56,8	12,9%
total (dont imprécis 2% en 2007 et 2,1%en 2008)	884,5	916,5*	3,6%
Jardineries Garden Center	313,7	330,4	5,4%
Sur exploitation	173,1	180	4,0%
Vente par correspondance	73,7	79,8	8,3%
Hyper, supermarchés, grands magasins	81,1	82,5	1,7%
Détaillants de marché	49,5	49,7	0,5%
Ensemble des fleuristes	74,1	74,7	0,8%
Grande surface de bricolage	32,5	32,8	0,8%
Jardineries d'hypermarchés	23,7	25,4	7,2%
Grainetiers	19	17	-10,5%
Autres lieux (sont Ikea, Lisa.)	44,1	44,1	0,0%
Ensemble du marché (1)	884,5	916,5	3,6%

(1) Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

(2) chiffres arrondis

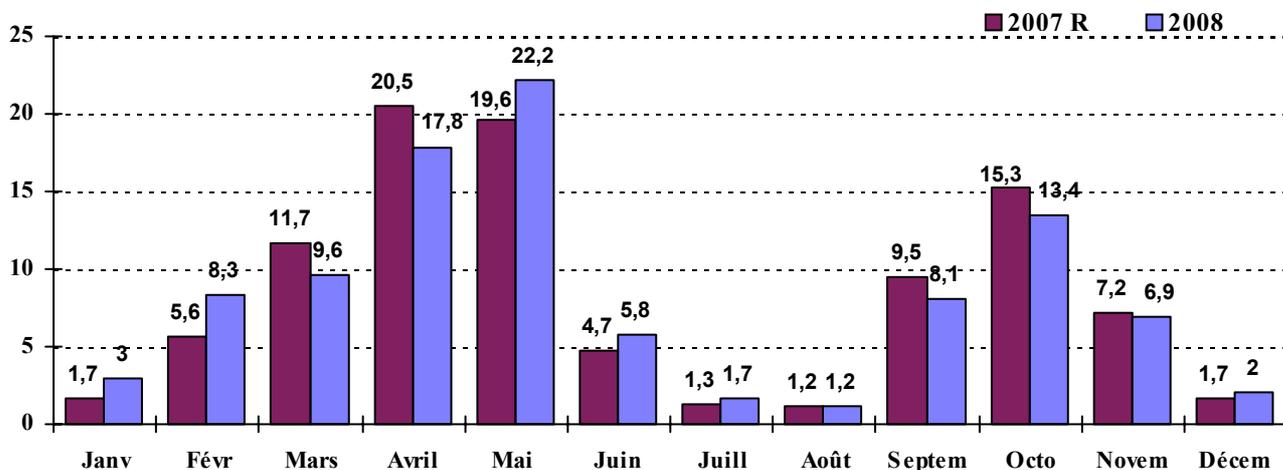
♦ *En parts de marché*

	Quantités achetées (%)		Sommes dépensées (%)	
	2007 R	2008	2007 R	2008
Plantes vivaces et à massifs	51,3	53,6	35,5	35,4
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	5,9	6,5	28,3	28,7
Rosiers	2,2	2,3	9,5	9,3
Bulbes et oignons	34,3	31,1	8,9	8,3
Fruitiers (arbres et arbustes)	3,6	3,7	12,9	13,3
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	2,7	2,8	4,8	4,4
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
Jardin	64,2	63,4	64,9	63,9
Balcon ou terrasse	28,4	30,2	27,5	27,8
Cimetière	4,1	4,2	5,7	6,2
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
Jardineries Garden Center	27	27,8	35,5	36,1
Horticulteurs	16,4	16,5	19,6	19,6
Vente par correspondance	12,5	12,5	8,3	8,7
Hyper, supermarchés, grands magasins	19,4	18,8	9,2	9
Détaillants de marché	5,9	5,9	5,6	5,4
Ensemble des fleuristes	3,8	3,7	8,4	8,1
Grande surface de bricolage	5,3	5	3,7	3,6
Jardineries d'hypermarchés	2,8	2,8	2,7	2,8
Grainetiers	2,2	1,9	2,2	1,9
Autres lieux	4,7	5,1	4,8	4,8
Ensemble du marché	100	100	100	100

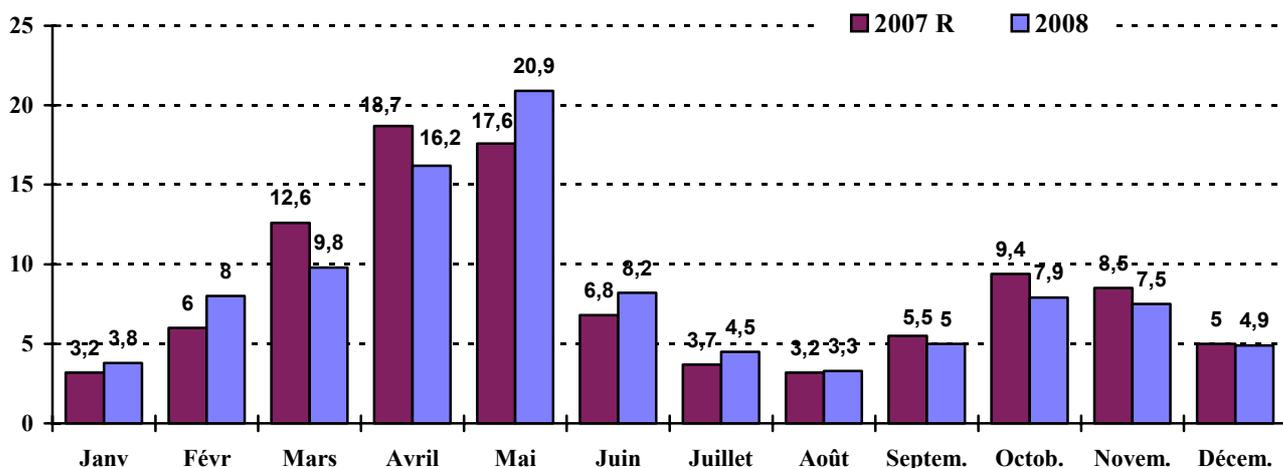
Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Les six premiers mois de l'année représentent près de 70 % des dépenses en végétaux d'extérieur, et malgré des glissements sur les mois de février et juin, ce sont toujours les mois de mars, avril et mai qui totalisent la plus grosse partie des dépenses annuelles en végétaux d'extérieur.

Ces glissements peuvent s'expliquer par le bon ensoleillement du mois de février et les précipitations importantes des mois de mars et avril sur la plupart des régions. Le mois de mai représente à lui seul 20,9 % des dépenses de l'année 2008.

La part des volumes des achats du deuxième semestre est en baisse de 2,9 pts en volume et 2,1 pts en valeur. Cette baisse correspond à une baisse de 11,5 % des volumes et de 2,5 % en valeur. Les mois de septembre, octobre et novembre connaissent une diminution en volume de respectivement - 17,8 % ; - 15,1% et - 8,1 %.

Sommes dépensées

Par catégorie socio-professionnelle du chef de famille

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€	Dépense moyenne par ménage acheteur en €
Inactif	47,3	433,4	40,3
Ouvrier	12,9	118,2	27,2
Profession intermédiaire	12,4	114	30,9
Profession libérale, cadre supérieur	11,9	109,5	37,3
Employé	8,2	74,7	26,6
Commerçant, artisan et chef d'entreprise	4,7	43,2	41,5
Agriculteur	2,6	23,5	56,5
Total	100	916,5	35,3

Par région

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€	Dépense moyenne par ménage acheteur en €
Bassin parisien	21,2	194	42,4
Région parisienne	13,9	127,3	28
Ouest	13,8	126,3	34
Sud-ouest	12,7	116,7	39,7
Méditerranée	12,1	111	33,9
Sud-est	11,7	107,2	34,7
Est	9,3	85	38
Nord	5,4	49	30,4
Total	100	916,5	35,3

Selon l'habitat

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€
Zone rurale	33	302,4
De 2 000 à 20 000 habitants	9	82,9
De 20 000 à 100 000 habitants	24,2	221,9
100 000 habitants et plus	21,8	199,6
Agglomération parisienne	12	109,7
Total	100	916,5

Selon l'âge de la maîtresse de maison

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€
15 à 24 ans	0,9	8,4
25 à 34 ans	16,1	147,7
35 à 49 ans	23,6	215,8
50 à 64 ans	30,2	277,1
65 ans et plus	29,2	267,5
Total	100	916,5

Evolution des dépenses moyennes par acte d'achat

En euros

	2004	2005	2006	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	10,5	9,9	9,5	10	10,3
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	21,1	22,4	22,8	18,7	19,6
Rosiers	18,9	23,1	18,7	20	19,3
Bulbes, oignons	8,9	8,1	11,6	8	8,5
Fruitiers (arbres et arbustes)	19,8	19,8	21,4	23,2	23,3

En 2008, les dépenses moyennes par acte d'achat baissent légèrement pour les rosiers.

Après une diminution en 2007, la dépense moyenne progresse pour les conifères, arbres et arbustes d'ornement.

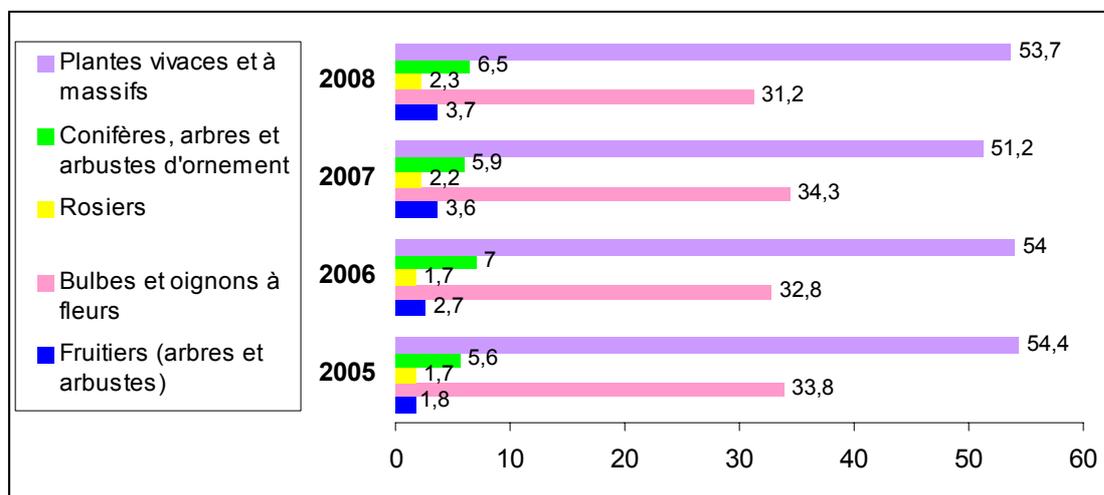
Elle progresse également légèrement pour les plantes vivaces et à massifs ainsi que pour les fruitiers.

Par contre, la dépense moyenne pour la catégorie des bulbes et oignons est relativement stable.

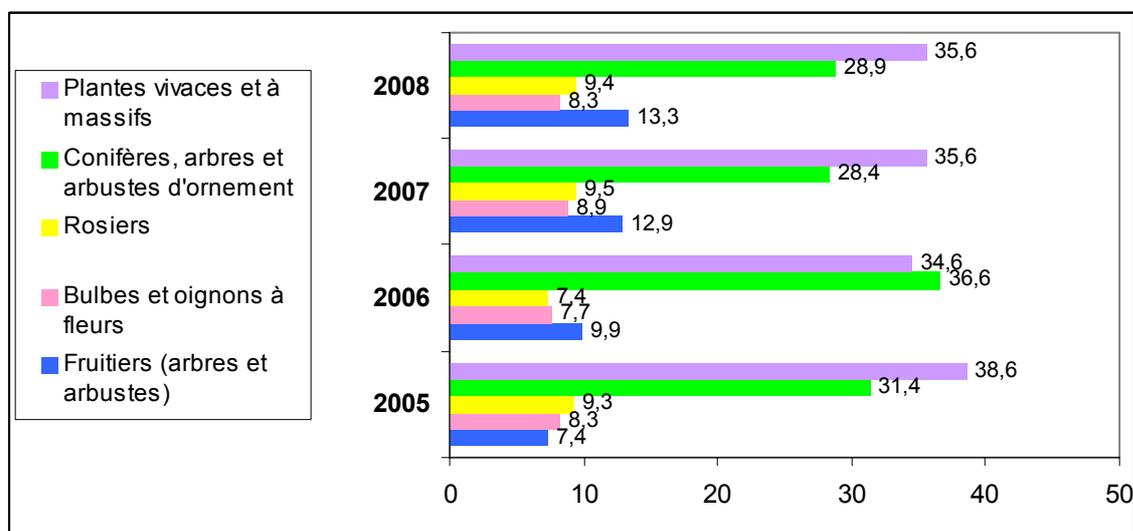
Les produits

Évolution de la part des différentes catégories de produits

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Nota : la différence entre 100 % et le cumul des parts des produits mentionnés correspond au poste «autres» incluant graines de fleurs et de gazon.

LES PLANTES VIVACES ET A MASSIFS

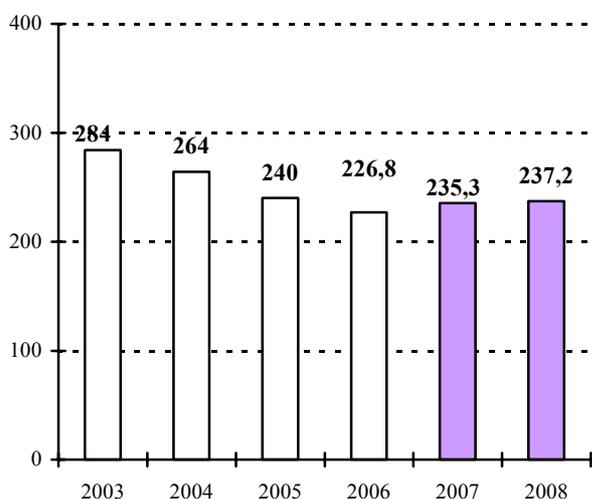
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les plantes vivaces et à massifs représentent :

- 53,7 % des quantités achetées,
- 35,6 % des sommes dépensées.

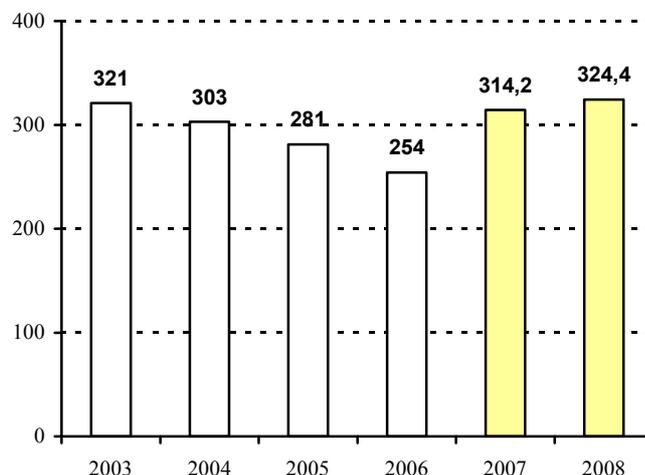
Evolution des achats

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Plantes à massif	213	48,2%	1	260,1	28,6%	4,4
Plantes vivaces	24,2	5,5%	-1,2	64,3	7,1%	-1,2
Plantes vivaces et à massifs	237,2	53,6%	0,8	324,4	35,4%	3,3
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Nombre de végétaux (en millions d'unités)



Sommes dépensées (en millions d'euros)

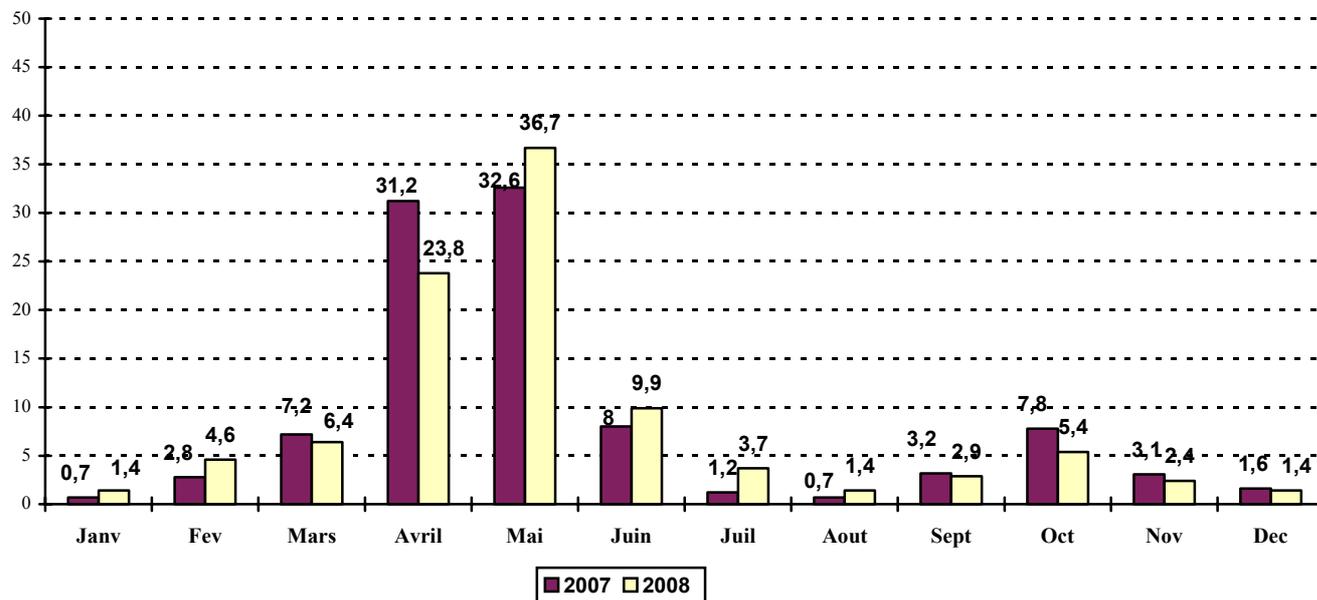


En 2008, 237,2 millions de plantes vivaces et à massifs ont été achetées pour un montant de 324,4 millions d'euros.

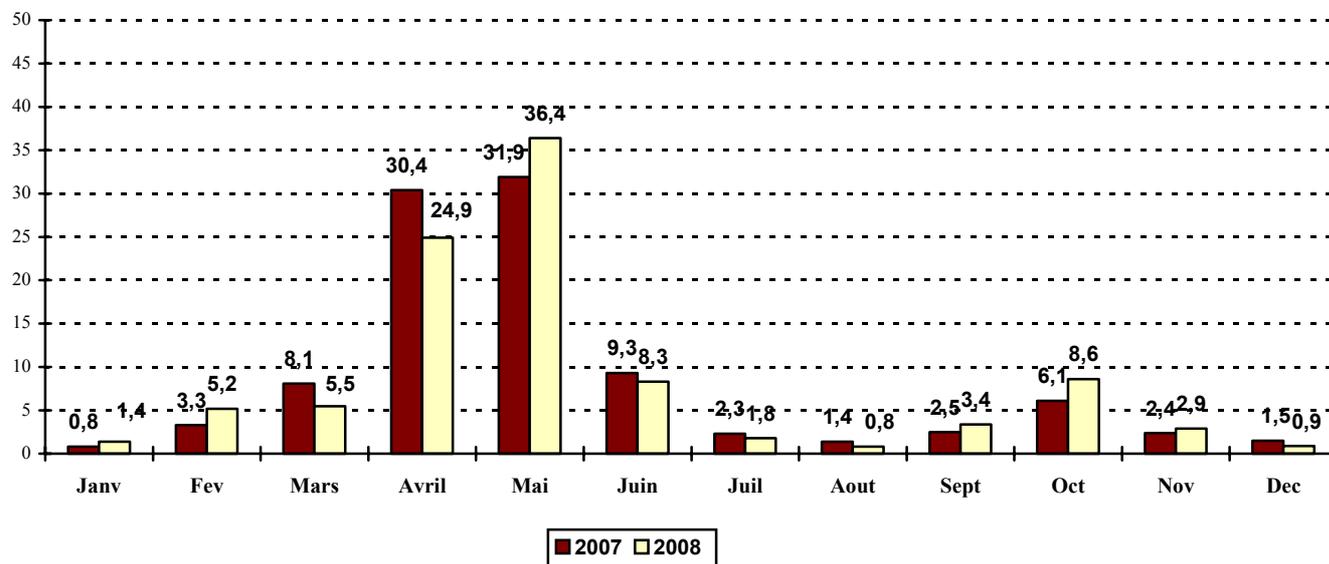
Ce marché, le plus important de l'ensemble des végétaux d'extérieur (53,7 % des volumes, 35,6 % des dépenses) gagne 0,8 % en volume et 3,3 % en valeur en raison d'une hausse des achats de plantes à massifs.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Plus de la moitié des plantes vivaces et à massifs sont achetées en avril et mai (60,58 % en volume et 61,3 % en valeur).

La baisse de la part de marché des mois de mars et avril due à la forte pluviométrie de cette période, est en partie compensée par la hausse des mois de février et de mai.

Quantités achetées (en millions)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Plantes à massif	264	234	216	208	210,8	213
Plantes vivaces	20	30	24	18	24,5	24,2
Ensemble massif+vivaces	284	264	240	226,8	235,3	237,2

Sommes dépensées (en millions d'euros)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Plantes à massif	275	224	225	212	249,1	260,1
Plantes vivaces	45	79	56	42	65,1	64,3
Ensemble massif + vivaces	321	303	281	254	314,2	324,4

Évolution de la part des lieux d'achat

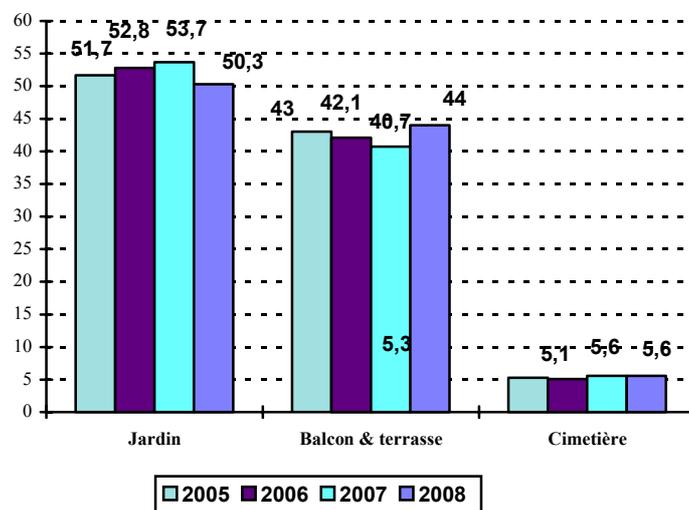
	Sommes dépensées pour les plantes vivaces et massifs en %					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jardineries Garden Center	27,7	29,1	31,2	31,8	32,7	33,4
Horticulteurs	28,3	30,5	26,2	26,2	24,8	24,1
Vente par correspondance	4,5	4,2	5,5	7,1	6,1	6,4
Hyper, supermarchés, grands magasins	9,7	8,7	10,5	10,8	9,8	8,6
Détaillants de marché	10	7,7	7,6	7,6	8	8,9
Fleuristes	5,4	4,9	5	4,3	5	6,6
Jardineries d'hypermarchés	2,2	2,4	2,3	3,5	3	2,1
Grainetiers	3,2	2,4	2,4	2,6	2,6	2,5
GSB	4,3	4,5	4,5	3,3	4,2	3,5
LISA	1,9	2,7	1,7	1,7	2,2	3
Autres lieux	2,8	2,9	3,1	1,1	1,6	0,9
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100

Sur le segment des **plantes vivaces et à massifs**, les jardineries Garden Center et les horticulteurs réalisent ensemble plus de la moitié du chiffre d'affaires (avec respectivement 33,4 % et 24,1 %).

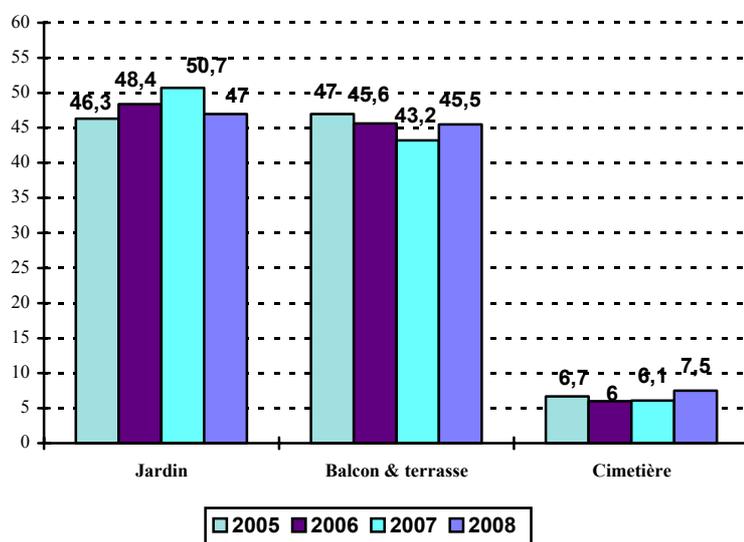
En 2008, les lieux d'achat dont la part de marché baisse sont les horticulteurs (- 0,7 point), les hyper/supermarchés (- 1,2 point), et les jardineries d'hyper (- 0,9 point), alors que les lieux d'achat dont la part de marché augmente sont : les jardineries Garden Center (+ 0,7 point), la VPC (+ 0,3 point), les détaillants de marché (+ 0,9 point) et les fleuristes (+ 1,6 point).

Destination des achats

En volume (en %)



En valeur (en %)



En 2008, on constate que tant en volume qu'en valeur la part des plantes à massifs et vivaces régresse dans les jardins et progresse sur les balcons et terrasses.

LES CONIFERES, ARBRES ET ARBUSTES D'ORNEMENT

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les conifères, arbres et arbustes d'ornement représentent :

- 6,5 % des quantités achetées,
- 28,8 % des sommes dépensées.

Évolution des achats

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Conifères	4,2	0,9%	-2,6	40,2	4,4%	-10
Autres arbres et arbustes d'ornement	24,5	5,5%	8,1	223,3	24,4%	8,4
S/T Conifères+ arbres et arbustes d'ornement	28,7	6,5%	6,4	263,5	28,7%	5,1
Ensemble du marché	442,8	100,0%	-3,6	916,5	100,0%	3,6

Quantités achetées (en millions)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Conifères	4,3	4,4	3,7	3,6	4,3	4,2
Arbres et arbustes d'ornement	22,1	19,7	21,1	25,7	22,7	24,5
S/T Conifères, arbres et arbustes d'ornement	26,4	24,1	24,8	29,3	27	28,7

Chiffres arrondis

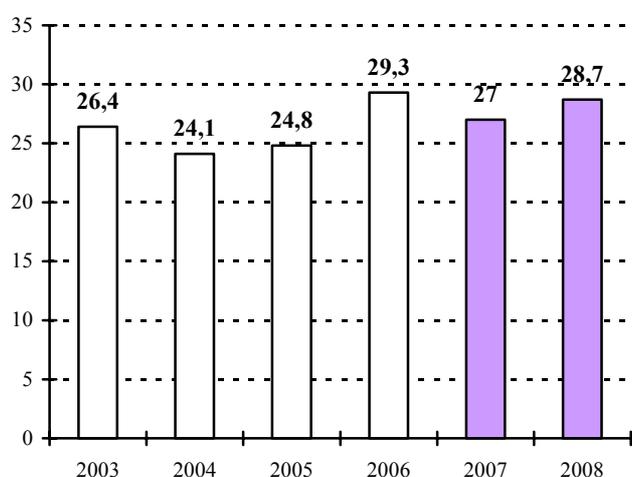
Sommes dépensées (en millions d'euros)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Conifères	37	28	31	32	44,7	40,2
Arbres et arbustes d'ornement	178	196	198	236	206	223,3
S/T Conifères, arbres et arbustes d'ornement	215	224	229	268	250,7	263,5

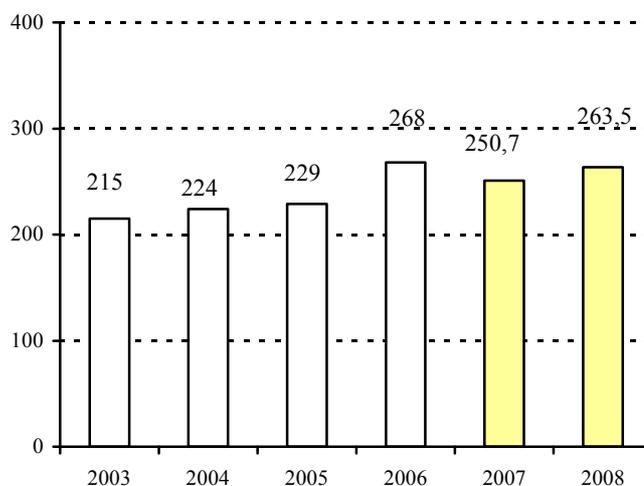
Chiffres arrondis

Evolution du marché

En millions de végétaux



Sommes dépensées (en millions d'euros)



Avec 28,7 millions d'unités achetées pour une dépense de 263,5 millions d'euros, le marché des conifères et arbres et arbustes d'ornement représente 6,5 % en volume 28,8 % en valeur de l'ensemble du marché.

Les conifères : Cet ensemble comprend les conifères pour haies (62 % des volumes de conifères) et les autres conifères. En 2008, la part en volume des conifères pour haies dans l'ensemble conifères décroît de 9 points passant de 71 % à 62 %.

En 2008, les achats de conifères ont atteint 4,2 millions d'unités (- 2,6 % par rapport à 2007) pour un montant de 40,2 millions d'euros (- 10 % par rapport à 2007).

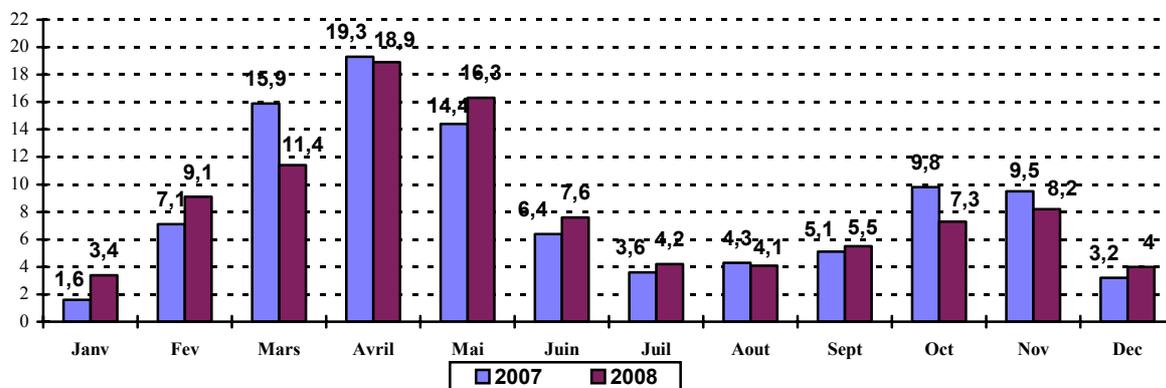
Pour les valeurs, les dépenses en conifères de haies diminuent de 9,7 % et celles des autres conifères de 10,2 % par rapport à 2007, les dépenses sont respectivement en 2008 de 18,9 millions d'euros et de 21,3 millions d'euros.

Le marché des autres arbres et arbustes d'ornement augmente de 8,1 % en volume et de 8,4 % en valeur entre 2007 et 2008.

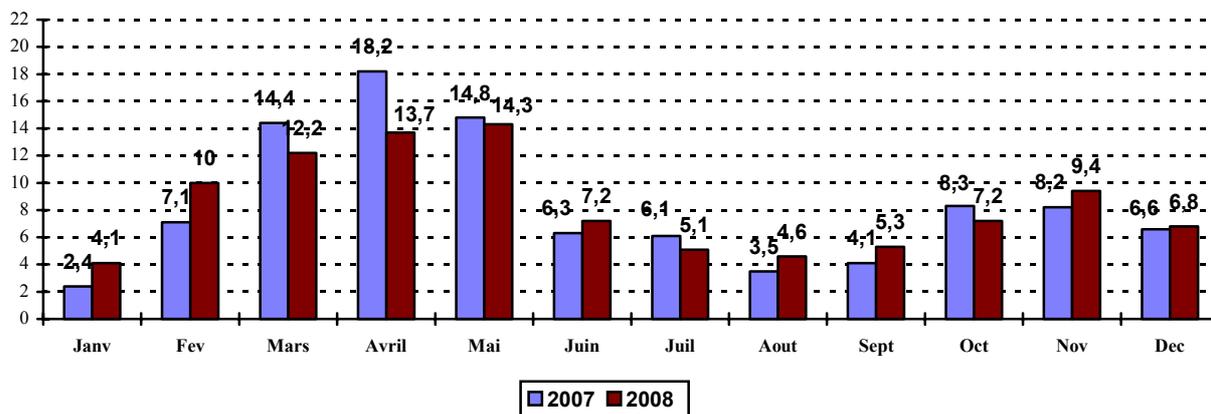
Les dépenses pour cette catégorie, en baisse en 2007 repartent à la hausse.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Le calendrier d'achat des conifères, arbres et arbustes d'ornement fluctue d'une année sur l'autre. Mars, avril, mai, octobre et novembre génèrent traditionnellement les plus fortes ventes en volume et en valeur.

Entre 2007 et 2008, on note de fortes évolutions de certaines parts de marché mensuelles :

- ➔ Mars : diminution de la part de marché de 4,5 points en volume et de 2,2 points en valeur ;
- ➔ Avril : baisse de 0,4 point en volume mais baisse de 4,5 points en valeur ;
- ➔ Mai : hausse des volumes de 1,9 point mais baisse des valeurs de 0,5 point ;
- ➔ Cette année les mois de janvier et février ont vu leur part de marché augmenter tant en volume qu'en valeur.

Évolution de la part des lieux d'achat

	Sommes dépensées pour les conifères, arbres et arbustes d'ornement en %					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jardineries Garden Center	33	33,7	33,4	34,3	35,1	43
Horticulteurs	31,7	28,4	31,3	33,2	25,9	22,3
Vente par correspondance	3,8	4,3	4,3	6,5	8,5	5,2
Hyper, supermarchés, grands magasins	7,1	6,6	5,6	8,1	7,6	6,3
Détaillants de marché	3,1	3	2,6	2,8	2,9	3,3
Fleuristes	6,9	7,3	9	5,9	8,4	8,6
Jardineries d'hypermarchés	2,2	1,5	2,6	1,7	1,9	3,2
Grainetiers	4,5	2,3	1,1	1,8	1,8	1,8
GSB	4	4,6	2,9	2,5	3,5	3,1
LISA	1,4	1,4	1,4	2,2	3,4	1,3
Autres lieux	2,3	6,9	5,8	1	1	1,9
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100

En 2008 renforcement de la part de marché des jardineries Garden Center qui arrivent en tête des dépenses (+ 7,9 point) à 43 %.

Autres lieux d'achat gagnant des parts de marché :

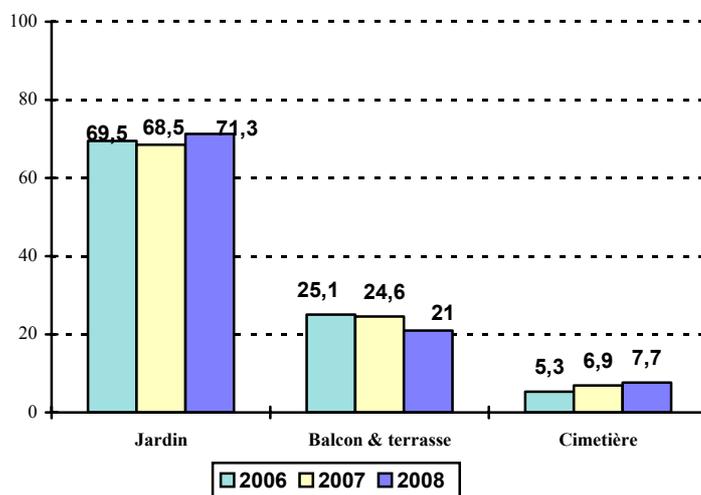
- les jardineries d'hypermarchés : + 1,3 point à 3,2 %,
- les fleuristes : + 0,2 point à 8,6 %,
- Les détaillants de marchés : + 0,4 point à 3,3 %.

Lieux d'achat qui perdent des parts de marché :

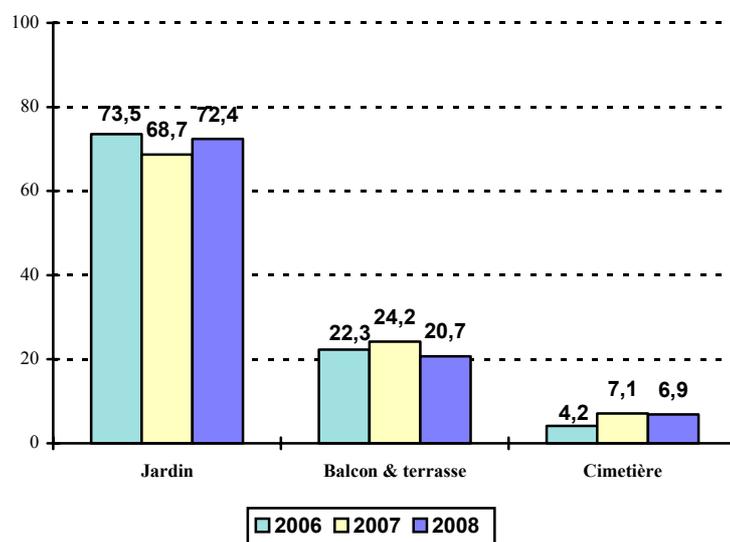
- les horticulteurs : -3,6 points à 22,3 %,
- la VPC : - 3,3 points à 5,2 %,
- les hyper, supermarchés grands magasins – 1,3 point à 3,2 %
- les LISA : - 2,1 point à 1,3 %

Destination des achats

En volume (en %)



En valeur (en %)



Le poids des conifères, arbres et arbustes d'ornement à destination des jardins est prédominant.

LES ROSIERS

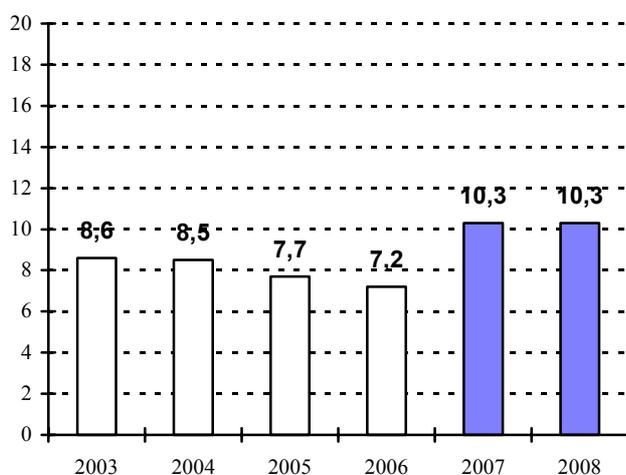
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les rosiers représentent :

- 2,3 % des quantités achetées,
- 9,3 % des sommes dépensées.

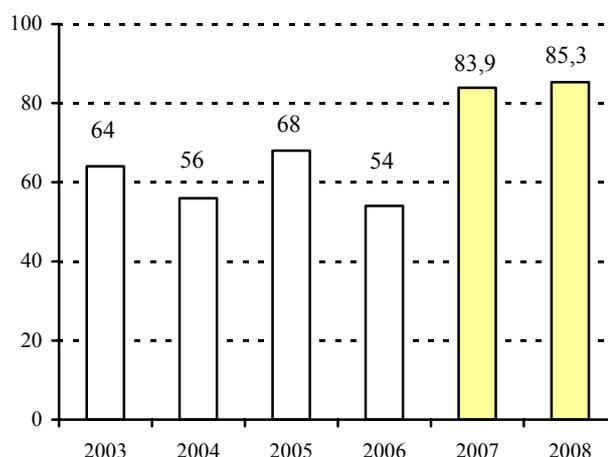
Évolution des achats

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Rosiers	10,3	2,3%	-0,3	85,3	9,3%	1,7
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

En millions de végétaux



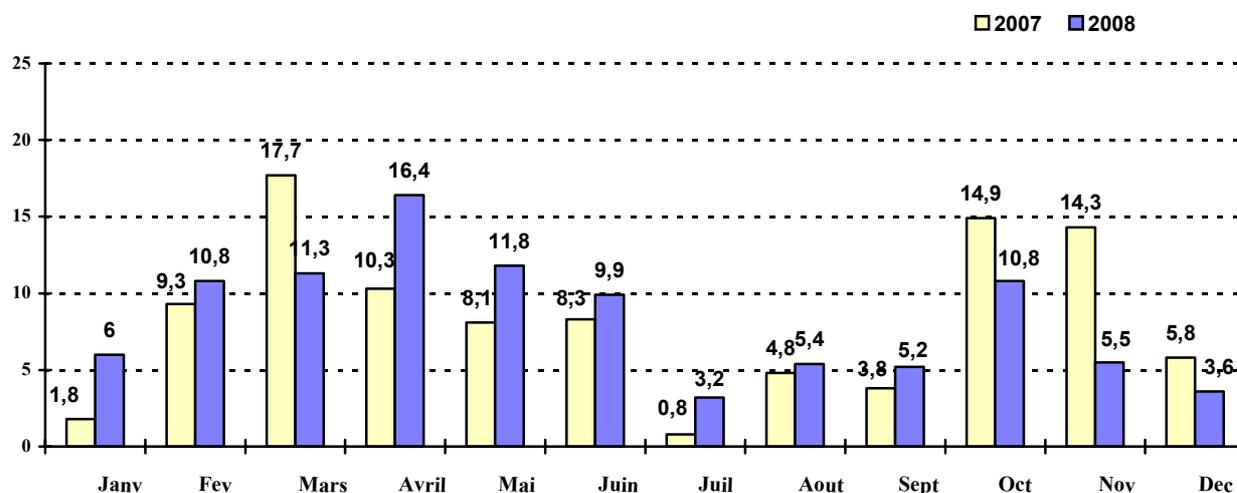
En millions d'euros



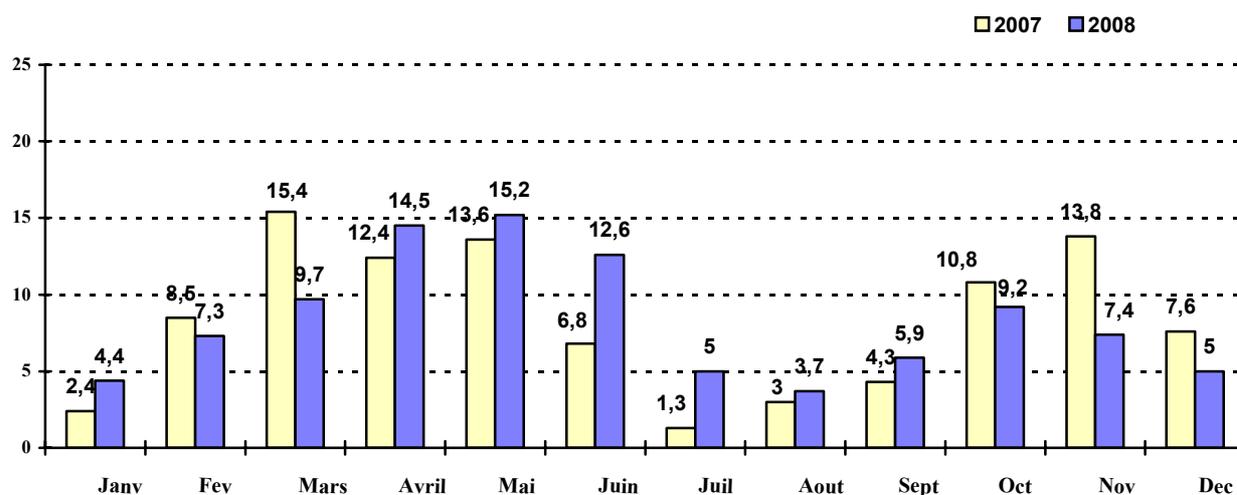
On constate en 2008 une stabilité en volume et une légère augmentation des dépenses de 1,7 % à 85,3 M€..

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



L'année 2008 est caractérisé pas la baisse des achats du mois de mars : - 6,4 points en volume et - 5,7 points en valeur. Les achats de rosiers sont décalés sur les mois de mai juin et juillet.

On constate également une baisse des achats d'automne (octobre, novembre, décembre), - 15 points à 19,9 % en volume et - 9,6 points à 21,6 % en valeur.

Évolution de la part des lieux d'achat

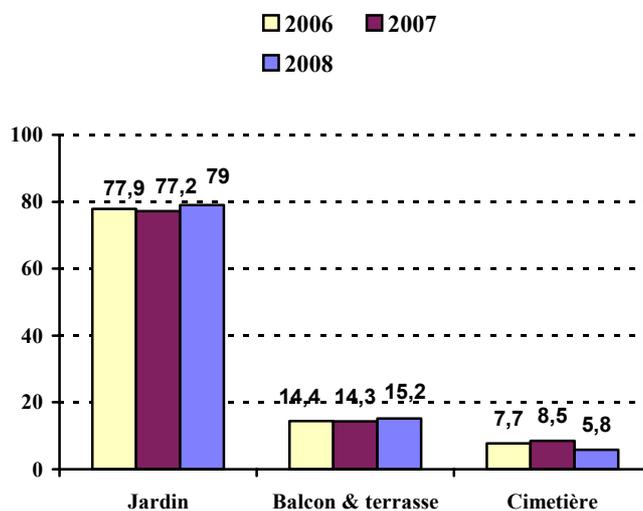
	Sommes dépensées pour les rosiers en %					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jardineries Garden Center	35,6	24,6	33,6	33,8	36,3	31,9
Horticulteurs	14,4	23,4	22	17,3	13,2	14,9
Fleuristes	6,2	8,6	10,2	9,7	7,2	12,8
Hyper, supermarchés, grands magasins	11,5	12,2	7,9	12,5	11,1	11,1
Vente par correspondance	16	14,6	13	13,9	14,1	9,5
LISA	0,7	4,7	1,7	1,7	4,7	6,4
Détaillants de marché	4,1	4,3	1,9	2,6	4,6	4
Jardineries d'hypermarchés	3,1	1,5	1,8	2,3	3,5	3,8
Autres	0,6	0,8	4	1,1	0,7	2,9
GSB	1,7	2,6	1	2,4	1,4	2,2
Grainetiers	6,1	2,7	2,9	2,7	3,2	0,5
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100

Concernant cette catégorie, entre 2007 et 2008, les jardineries Garden Center, la VPC et les grainetiers perdent des parts de marché, de respectivement - 4,4 points à 31,9 %, - 4,6 points à 9,5 % et - 2,7 points à 0,5 %.

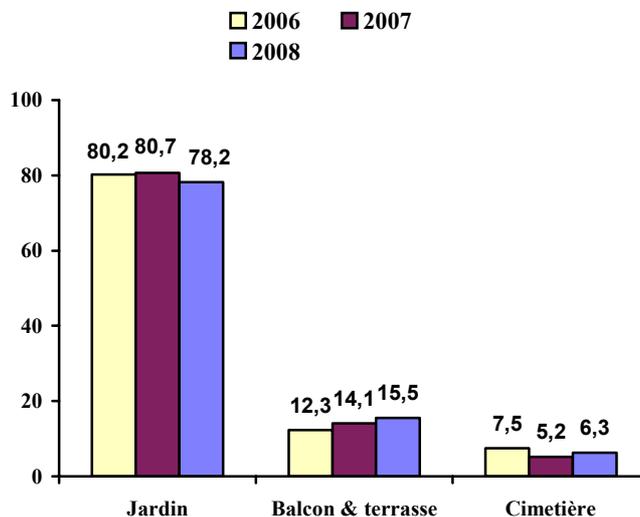
Les lieux d'achat qui gagnent des parts de marché sont les horticulteurs + 1,7 point à 14,9 %, les fleuristes + 5,6 points à 12,8 % et les LISA + 1,7 point à 6,4 % .

Destination des achats

En volume (en %)



En valeur (en %)



La plupart des rosiers achetés sont traditionnellement plantés dans des jardins.

En 2008, la part de marché des rosiers à destination du jardin augmente légèrement en volume (+1,7 point/2007) mais baisse en valeur (- 2.5 point/2007).

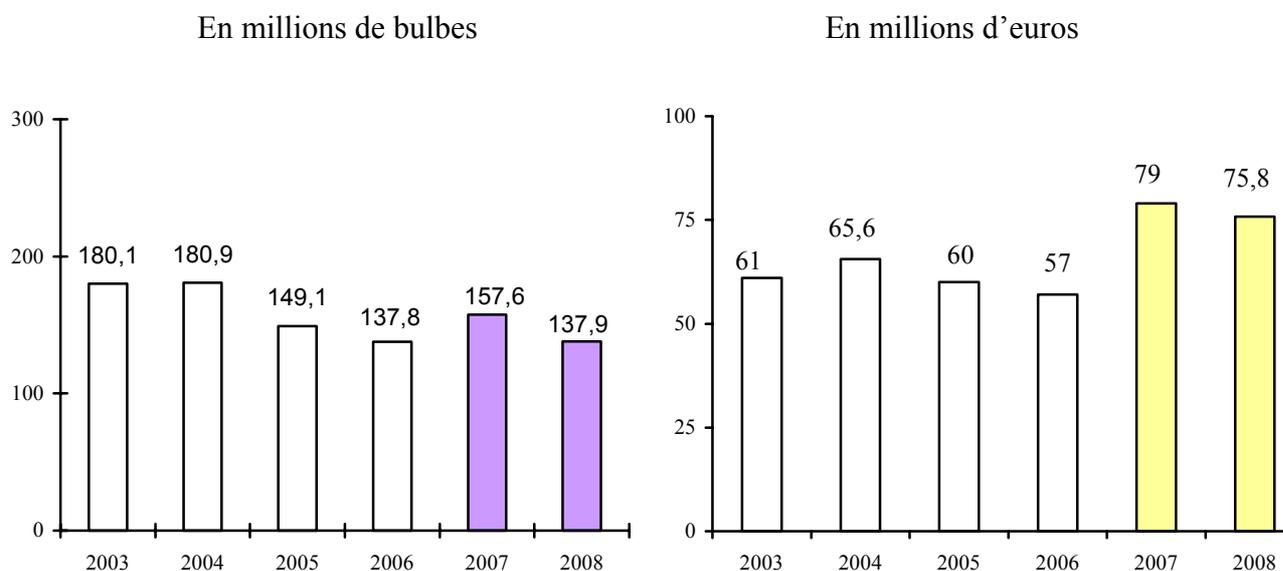
LES BULBES ET OIGNONS A FLEURS

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les bulbes et oignons à fleurs représentent :

- 31,1 % des quantités achetées,
- 8,3 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Bulbes et oignons à fleurs	137,9	31,1%	-12,5	75,8	8,3%	-4
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats



Par rapport à 2007, le marché baisse de 12,5 % en volume et de 4 % en valeur.

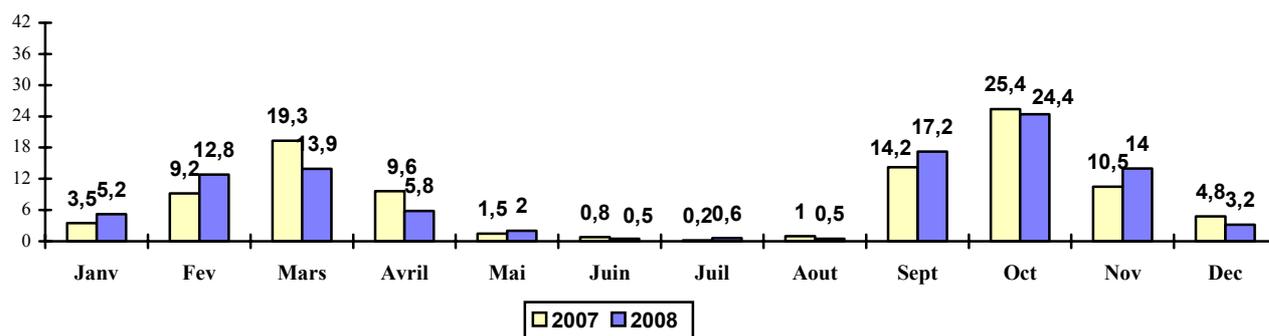
En tenant compte des données rétropolées, on peut toutefois noter que sur cinq ans, la tendance est à une diminution des achats en volume.

Prix moyen d'un bulbe

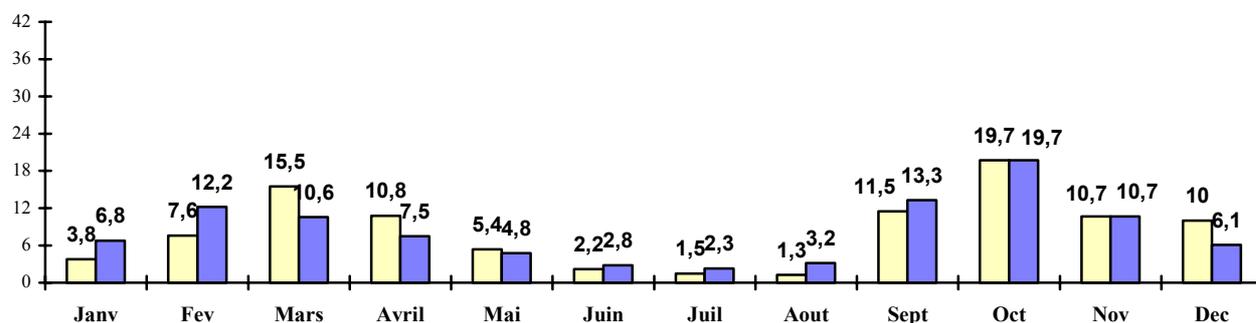
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
En euros	0,35	0,34	0,36	0,4	0,42	0,48	0,54

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Traditionnellement, septembre et octobre sont les deux mois privilégiés pour les achats de bulbes à fleurs. En 2008, on note une augmentation des achats en volume et en valeur pour le mois de septembre et une légère augmentation en volume en octobre.

Par contre, on constate une baisse des achats de bulbes de printemps (mars, avril, mai) en volume (- 16,4 points à 21,7 %) et en valeur (- 11 points à 22,9 %). Les mois de janvier février gagnent 5,3 points à 18% de part de marchés en volume et 7,6 points à 19 % de part de marchés en valeur.

Évolution de la part des lieux d'achat

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vente par correspondance	25,5	32,1	29,9	33,2	25	27,7
Jardineries Garden Center	26	20,1	21,9	23,9	27,4	24,4
Hyper, supermarchés, grands magasins	18	18,3	19,5	17,6	18,2	18,4
Fleuristes	6,1	4,8	6,3	3,5	5,9	12
GSB	6,3	6,5	6,1	5,9	4	4,3
Horticulteurs	4,8	3,8	4	2,8	6,8	3,3
Détaillants de marché	3,2	2,1	2	2,2	4,5	2,8
Jardineries d'hypermarchés	3,4	2,9	2,8	3	2,5	2,1
Grainetiers	2,4	2	2,2	2,3	1,7	1,9
LISA	1,9	4,9	1,8	4,4	2,5	1,9
Autres lieux	2,4	2,5	3,5	1,2	1,5	1,2

La VPC et les jardineries Garden Center sont les deux principaux lieux d'achat pour les bulbes et oignons à fleurs.

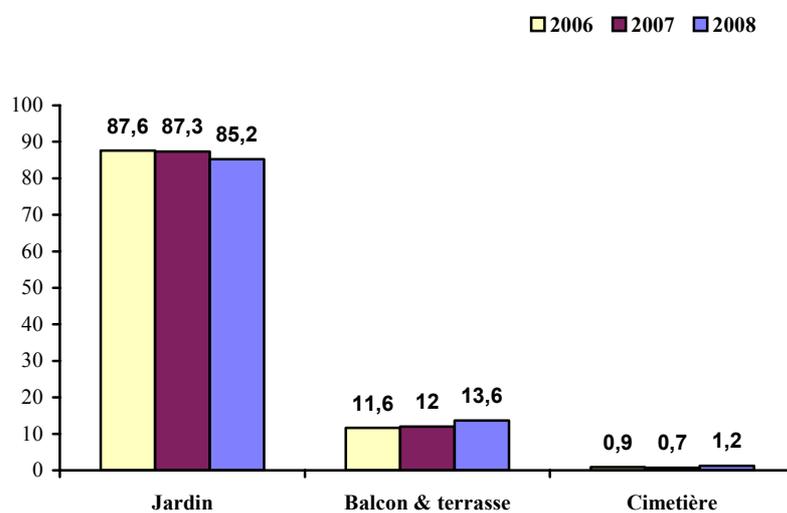
En 2008, les jardineries Garden Center ont baissé de 3 points à 24,4 % de part de marché et la VPC a gagné 2,7 points à 27,7 % de part de marché.

Les hyper, supermarchés, grands magasins sont stables à 18,4 % de part de marché, tandis que les fleuristes gagnent 6,1 points à 12 % des sommes dépensées.

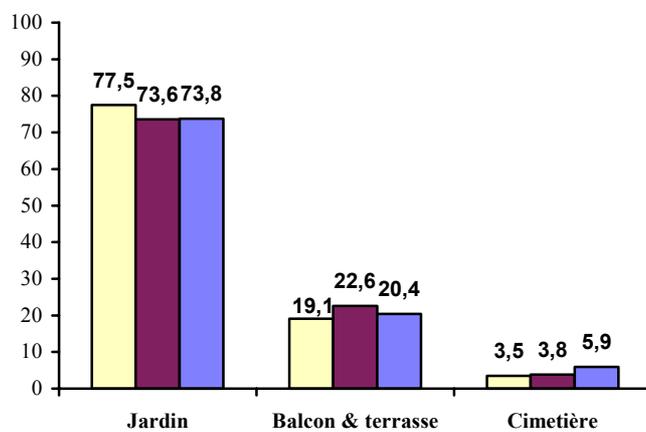
Les horticulteurs perdent 3,5 points à 3,3 % de part de marché.

Destination des achats

En volume (en %)



En valeur (en %)



LES FRUITIERS (ARBRES ET ARBUSTES)

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les arbres et arbustes fruitiers représentent :

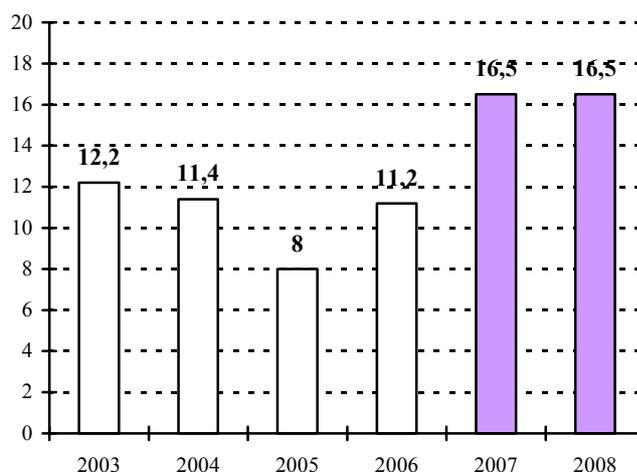
- 3,7 % des quantités achetées,
- 13,3 % des sommes dépensées,

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)*	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)*
Arbres fruitiers	3,6	0,8%	1,6	96	10,5%	6,9
Arbustes à petits fruits	12,9	2,9%	-0,5	25,5	2,8%	5,7
Ensemble	16,5	3,7%	-0,1	121,5	13,3%	6,7
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

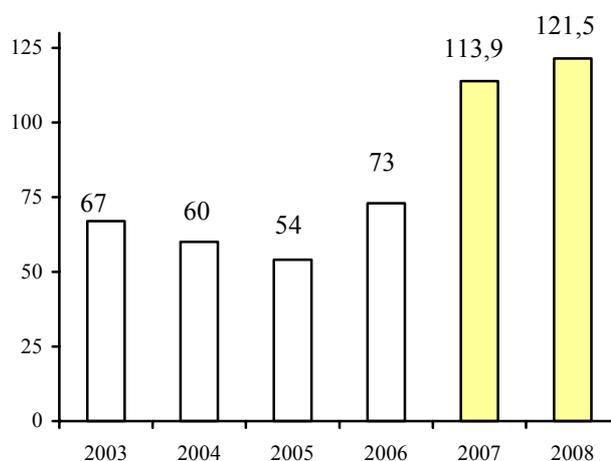
*pourcentages calculés sur des résultats non arrondis

Evolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



En 2008, 16,5 millions d'arbres et arbustes fruitiers ont été achetés pour un montant de 121,5 millions d'euros.

Ce groupe comprend deux sous groupes : les arbres fruitiers et les arbustes fruitiers à petits fruits. Depuis 2005 ce marché progresse, en 2008 le marché en valeur des arbres fruitiers progresse cette année encore (+ 6,9 %) ainsi que celui des arbustes fruitiers à petits fruits (+5,7 %).

Quantités achetées(en millions)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Arbres fruitiers	2,6	2,4	2,3	2,7	3,6	3,6
Arbustes fruitiers à petits fruits	9,6	9	5,7	8,5	12,9	12,9
Ensemble	12,2	11,4	8	11,2	16,5	16,5

Sommes dépensées (en millions d'euros)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Arbres fruitiers	53	45	41	59	89,8	96
Arbustes fruitiers à petits fruits	14	16	13	14	24,1	25,5
	67	61	54	73	113,9	121,5

Chiffres arrondis

Évolution de la part des lieux d'achat

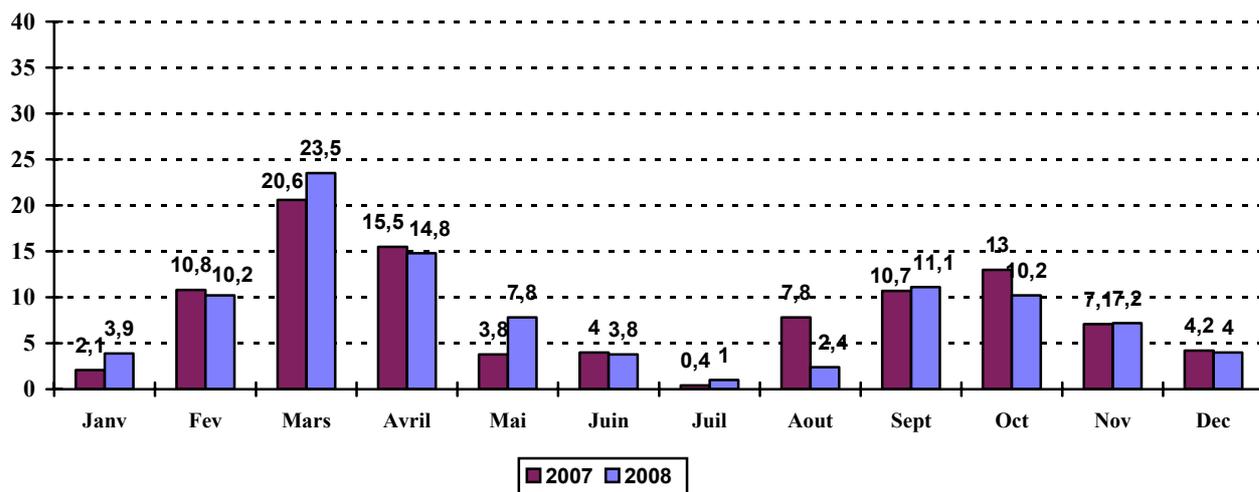
	Sommes dépensées pour les fruitiers en %					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jardineries Garden Center	29,3	44,1	36,9	36,8	37,7	42
Horticulteurs	31,2	27,4	31,6	34,1	25,9	20
Vente par correspondance	17,1	6,9	7,9	8,7	13,4	10,1
Hyper, supermarchés, grands magasins	6	4,3	8,1	4,2	6,6	5,6
Détaillants de marché	3	3,8	3,2	0,9	2,1	4,4
Fleuristes	1,4	1,7	1,1	1,6	2,6	5
Jardineries d'hypermarchés	1,6	2,5	1,1	0,5	3,1	2,5
Grainetiers	1,5	2,4	2,6	3,3	1,4	0,9
GSB	2,2	2,7	2	3,4	2,2	3,3
LISA	5,1	3,4	2,3	4,7	3,9	5,1
Autres lieux	1,6	0,8	3,2	1,8	1,1	1,1
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100

Les lieux d'achat des arbres et arbustes fruitiers dont la part de marché progressent en 2008 sont les jardineries Garden Center (+ 4,3 points) à 42 %, les détaillants de marché et les fleuristes respectivement (+ 2,3 points) et (+ 2,4 points).

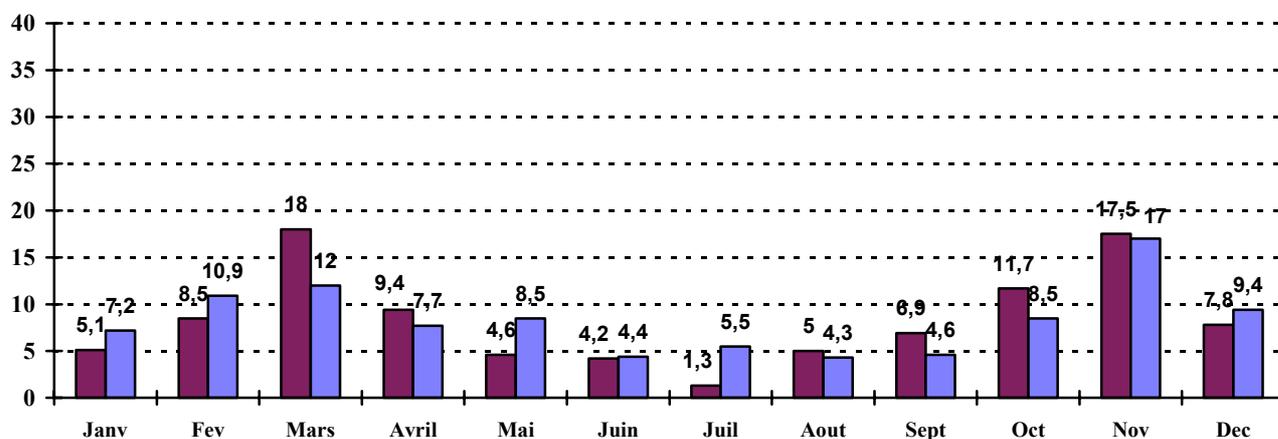
Par contre, la part des horticulteurs baisse cette année encore de 5,9 points à 20 % du total des dépenses de cette catégorie et la VPC -3,3 % à 10,1%.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %

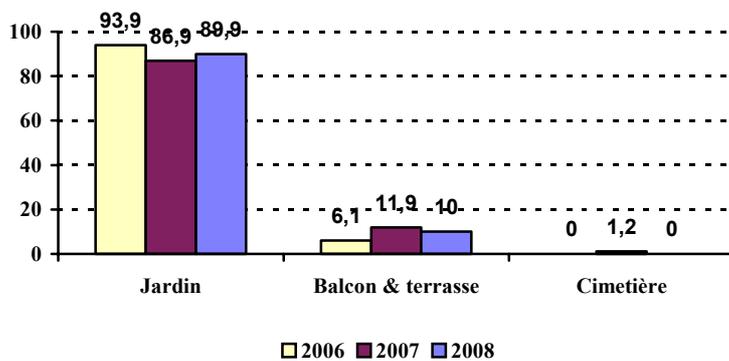


Les achats des mois de février mars et avril représentent 49 % des volumes et 30,6 % des valeurs des parts de marché de cette catégorie. Les achats des mois de mars et avril connaissent une baisse de 7,7 points en valeur en partie compensée par la hausse des mois de janvier, février et mai.

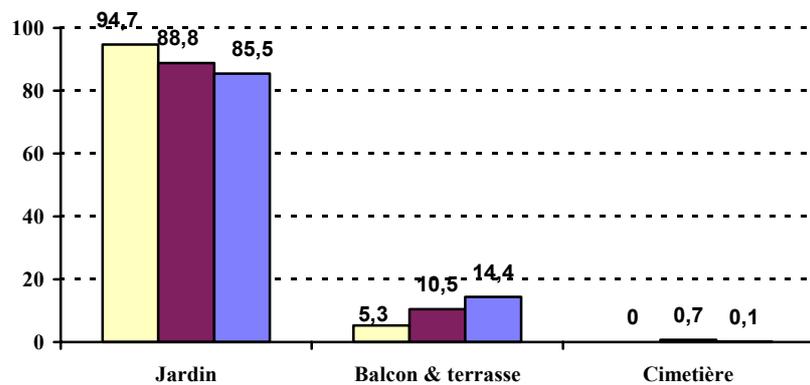
Les achats d'automne, sur les mois de septembre, octobre et novembre représentent 29 % des volumes et 30,1 % des valeurs des parts de marché. On constate une baisse en valeur de 5,5 points sur les mois de septembre et octobre 2008.

Destination des achats

En volume (en %)



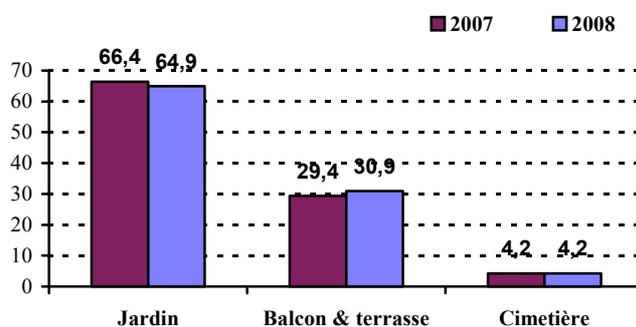
En valeur (en %)



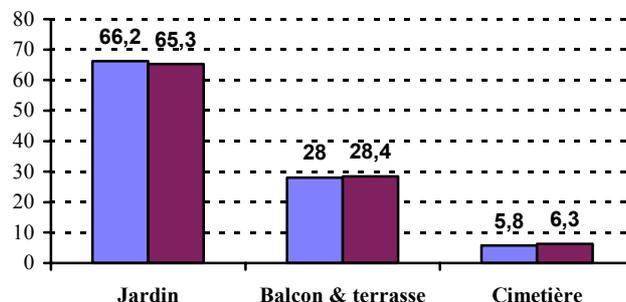
La destination des achats

Evolution des destinations

Quantités achetées (%)



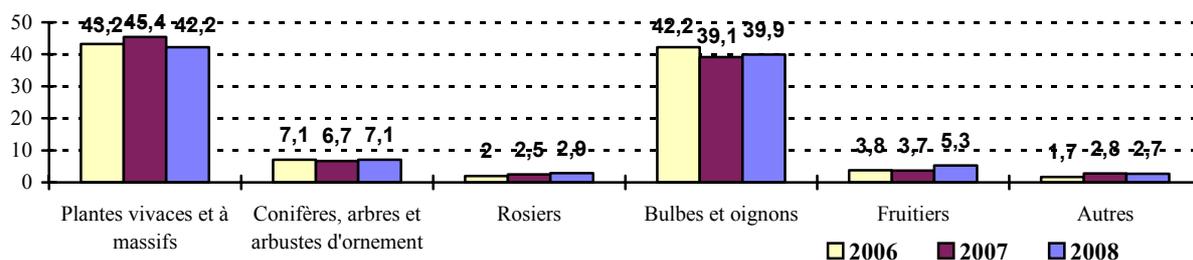
Sommes dépensées (%)



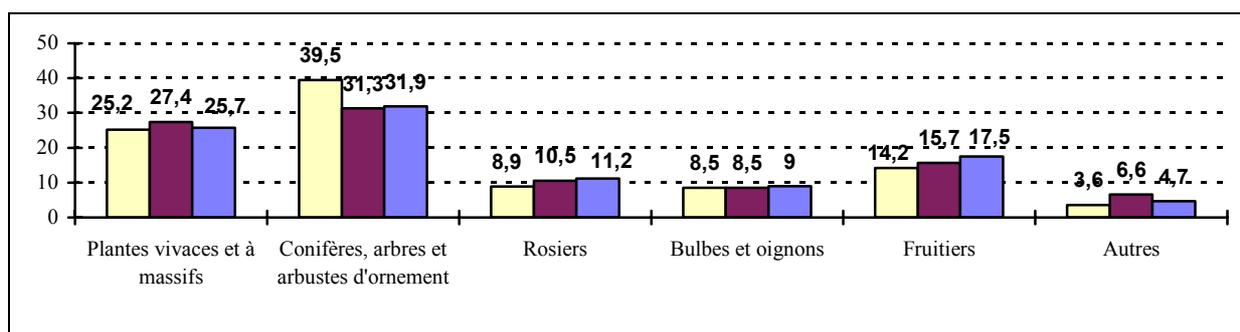
LE JARDIN

Selon les végétaux achetés

Quantités achetées (en %)



Sommes dépensées (en %)



Avec respectivement 42,2 % et 39,9% de parts de marché en volume, les plantes vivaces et à massifs et les bulbes et oignons à fleurs sont les catégories de végétaux d'extérieur les plus achetées pour le jardin.

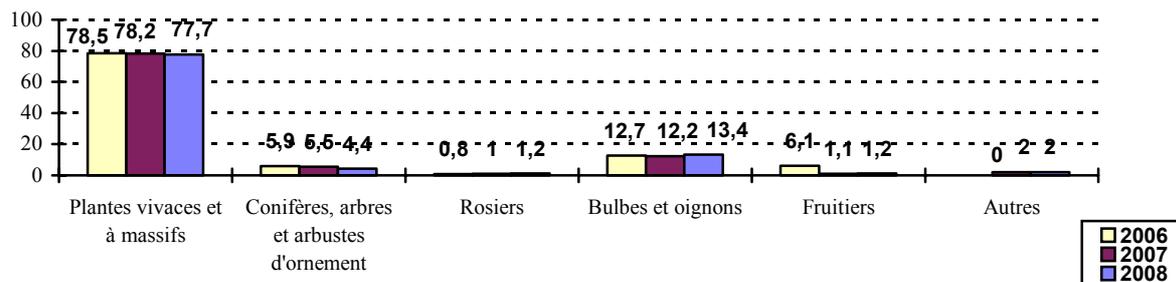
En valeur, les deux principales catégories sont les conifères, arbres et arbustes d'ornement (31,9 %) et les plantes vivaces et à massifs (25,7 %).

En 2008, la part des plantes vivaces et à massif perd 3,2 points en volume et 1,7 point en valeur ; celle des arbres et arbustes fruitiers gagne 1,6 point en volume et 1,8 point en valeur.

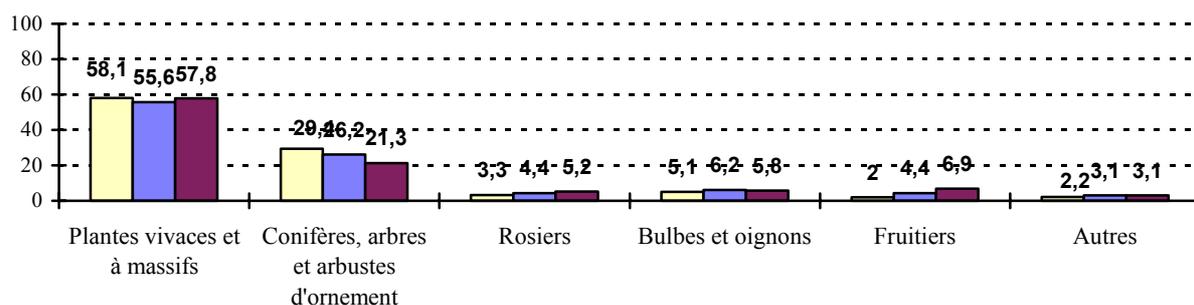
LE BALCON

Selon les végétaux achetés

Quantités achetées (en %)



Sommes dépensées (en %)



Leader des végétaux d'extérieur achetés pour les balcons/terrasses, les plantes vivaces et à massifs voient leur part de marché regagné 0,5 point en volume et progresser de 0,6 point en valeur par rapport à 2007.

Les lieux d'achat

Répartition des lieux d'achat

	Année 2008		Evolution des achats 2008/2007	
	Quantités (en millions)	Valeurs (millions d'euros)	% en volume	% en valeur
Jardineries Garden Center	122,9	330,4	-0,7	5,4
Horticulteurs	73,1	180,1	-3,1	4
Vente par correspondance	55,3	79,8	-3,8	8,3
Hyper, supermarchés, grands magasins				
Jardineries d'hyper	95,8	107,9	-6	2,9
Détaillants de marché	26	49,7	-3,9	0,5
Ensemble des fleuristes	16,5	74,7	-4,7	0,8
Grande surface de bricolage	22,2	32,8	-8,6	0,8
Grainetiers	8,6	17	-14,5	-10,5
Autres lieux	22,4	44,1	2,5	0
<i>Ensemble du marché</i>	442,8	916,5	-3,6	3,6

Entre 2008 et 2007, tous les lieux d'achat régressent en volume, et augmentent en valeur à l'exception des grainetiers qui présentent la plus forte baisse en volume (-14,5 %) et en valeur (-10,5 %).

Le premier secteur, « les jardineries Garden Center » qui représente 36,1% des dépenses, connaît une progression en valeur de 5,4 %, les « horticulteurs », second secteur en poids avec 19,6 % des dépenses, progressent de 4 % en valeur mais baissent de 3,8 % en volume, les Hyper, Super et GM troisième poste en valeur avec 9 % des dépenses, recule de 6,7 % en volume et s'accroît de 1,7 % en valeur.

La VPC se renforce en valeur de 8,3 %, les fleuristes augmentent en valeur de 0,8 % mais baissent en volume de 3,8 %.

On relève une baisse des volumes de 3,9 % pour les détaillants de marché et de 8,6 % pour les GSA, en valeur ces deux secteurs progressent très légèrement de respectivement 0,5 et 0,8 %.

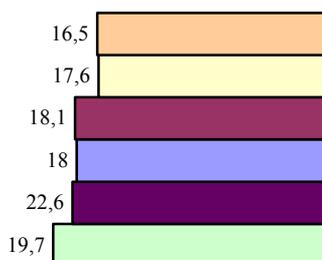
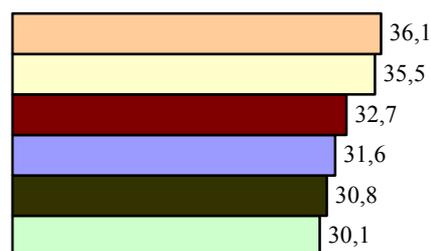
Evolution de la part de marché des principaux lieux d'achat

Quantités achetées en %

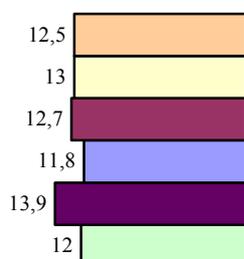
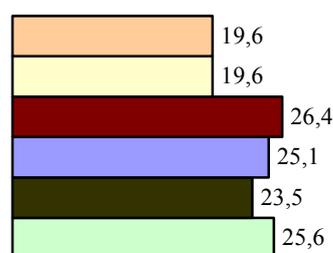
Sommes dépensées en %



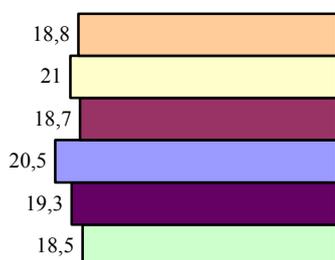
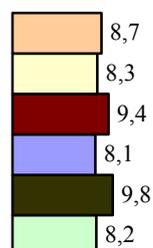
Jardineries Garden Center



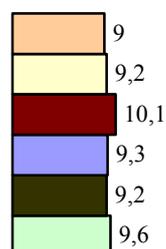
Horticulteurs



Vente par correspondance



Hypermarchés
supermarchés,
grands magasins



■ 2008
■ 2007
■ 2006
■ 2005
■ 2004
■ 2003

Sur 6 ans, on constate une montée en puissance des jardineries «garden-center» et ce, malgré l'exercice de réropolation des données en 2007. Les horticulteurs voient leur poste baisser tant en volume qu'en valeur, baisse en valeur également de la part de marché des hyper, super, grands magasins qui restent le deuxième secteur en volume.

Nota: la différence entre 100 % et le cumul des parts des principaux lieux d'achat mentionnés, correspond aux autres lieux d'achat; fleuristes, grainetiers, jardineries d'hyper, GSB, autres...

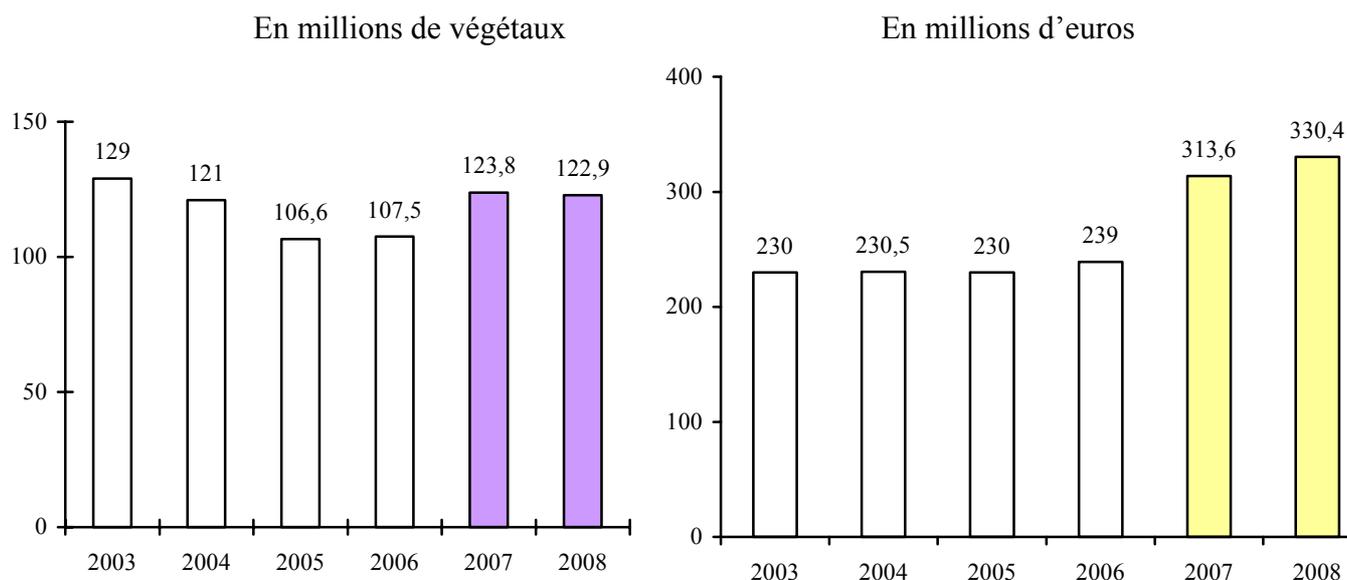
LES JARDINERIES GARDEN CENTER

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les jardineries garden-center représentent :

- 27,8 % des quantités achetées,
- 36,1 % des sommes dépensées

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Jardineries Garden Center	122,9	27,8%	-0,7	330,4	36,1%	5,4
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats



Avec 122,9 millions de végétaux d'extérieur achetés pour un montant de 330,4 millions d'euros, les jardineries garden-center affichent une baisse de 0,7 % de leurs résultats en volume et une progression de 5,4 % en valeur.

Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	58,1	55,3	34,1	32,8
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	7,6	8,3	31,1	34,5
Rosiers	2,1	2,5	9,3	8,2
Bulbes et oignons à fleurs	26,9	27,3	6,4	5,5
Fruitiers (arbres et arbustes)	3,1	4,2	13,1	15,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	2,2	2,4	6	3,4
Total	100	100	100	100

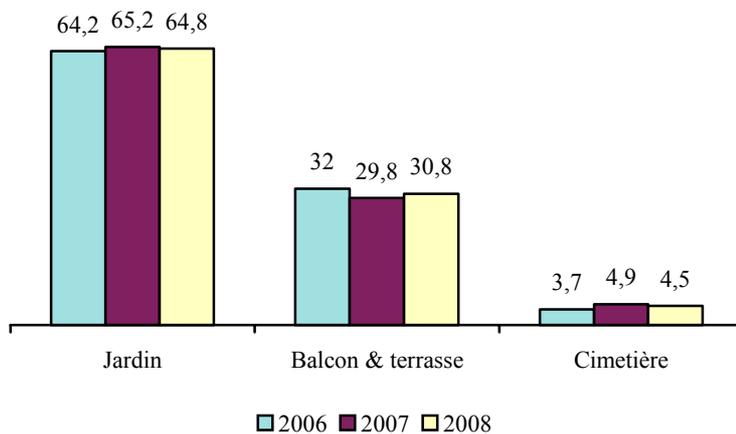
Les plantes vivaces et à massifs et les bulbes et oignons à fleurs restent les catégories de produit le plus fréquemment achetées en jardinerie Garden Center avec respectivement 55,3 % et 27,3 % des volumes.

En valeur, ce sont les plantes vivaces et à massifs ainsi que les conifères, arbres et arbustes d'ornement qui occupent les deux premiers rangs cette année avec respectivement 32,8 % et 34,5 % des dépenses.

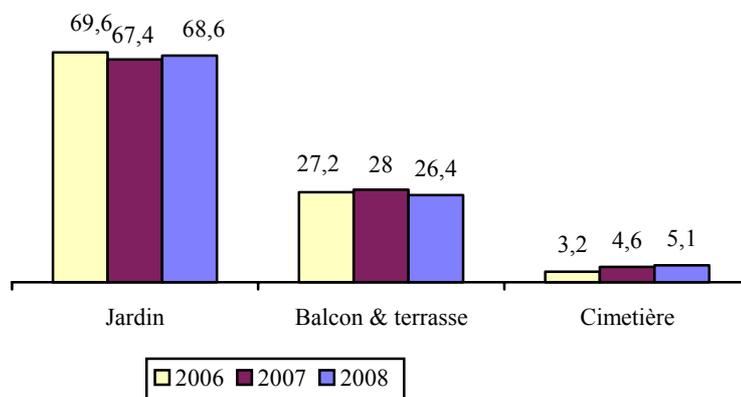
On constate une progression de la part des dépenses en conifères, arbres et arbustes d'ornement dont la part passe de 31,1 % en 2007 à 34,5 % en 2008 (+ 3,4 points) et une baisse de la catégorie plantes vivaces et à massifs dont la part passe de 34,1 % à 32,8 % (- 1,3 point).

Destination de ces produits

En volume (%)



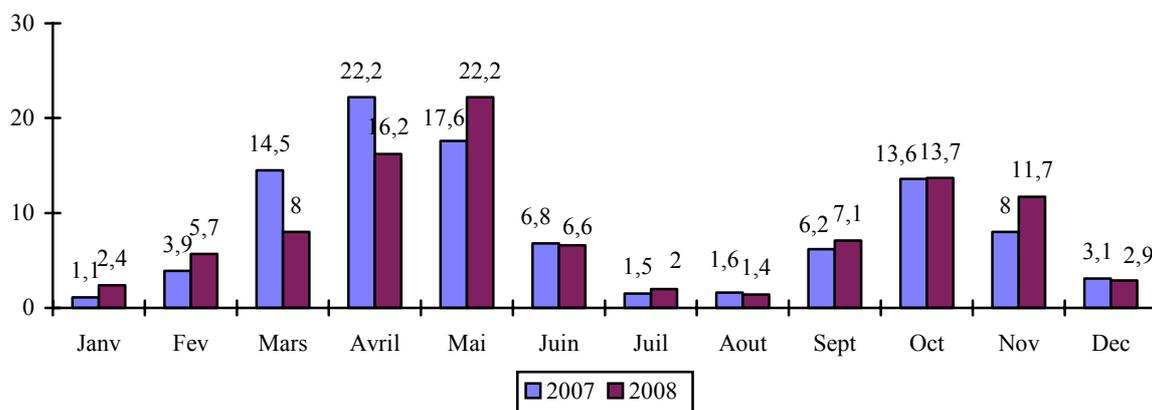
En valeur (%)



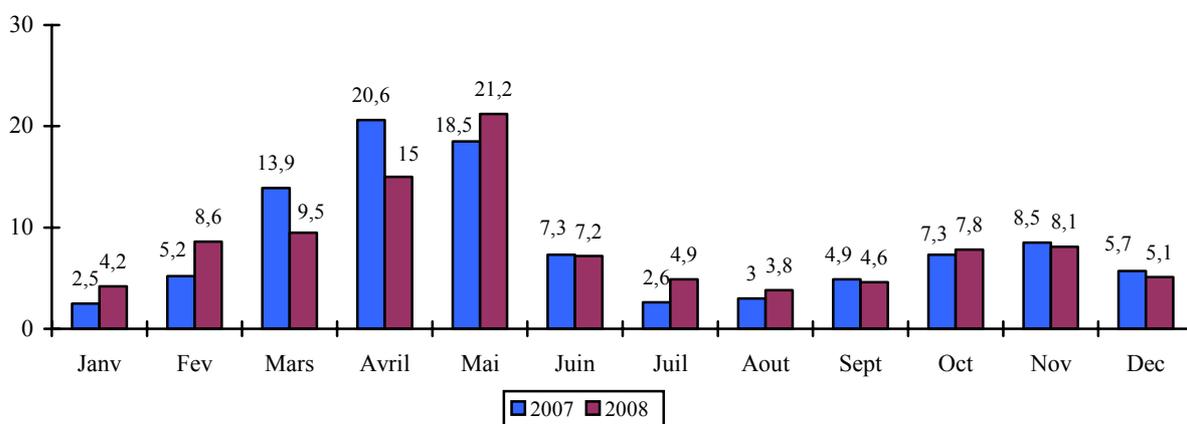
Le jardin est la principale destination des achats effectués en jardinerie garden-center : 64,8 % des volumes, 68,6 % des valeurs.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



La plus forte partie des achats en volume est réalisée au cours des mois de mars, avril et mai. En 2008 ces trois mois représentent en volume 46,4 % contre 54,3 % en 2007, et en dépenses, 45,7 % contre 53 % en 2007.

Cette année, on constate une régression des dépenses en mars et avril compensé par une hausse des dépenses en janvier et février.

LES HORTICULTEURS

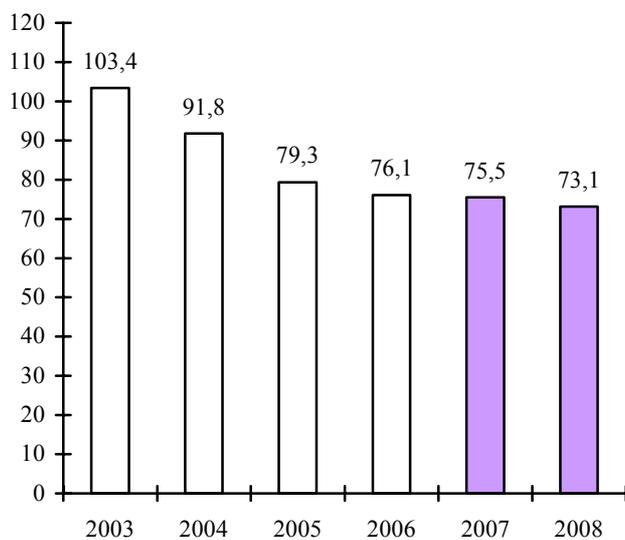
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les horticulteurs représentent :

- 16,5 % des quantités achetées,
- 19,6 % des sommes dépensées

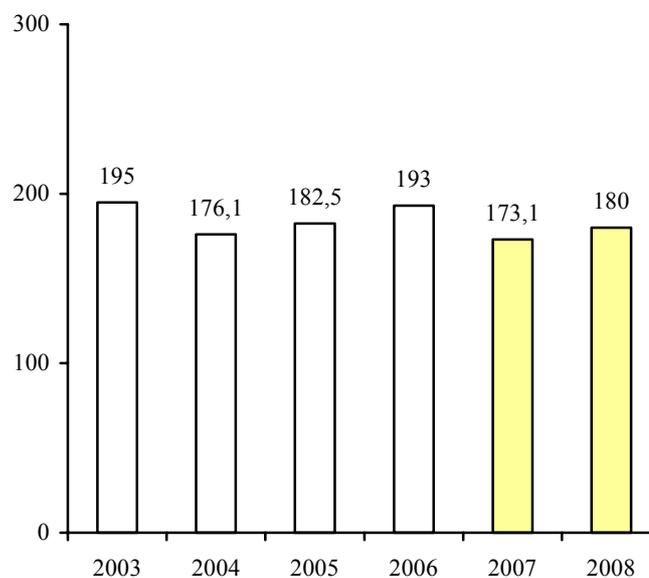
	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07(en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07(en %)
Horticulteurs	73,1	16,5%	-3,1	180,1	19,6%	4
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



En 2008, 73,1 millions de végétaux ont été achetés auprès des horticulteurs pour une dépense de 180 millions d'euros.

Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	81,3	82,3	40,4	43,3
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	8,5	8,7	36,1	32,8
Rosiers	2,3	1,6	5,3	7
Bulbes et oignons à fleurs	5	2,5	2,5	1,4
Fruitiers (arbres et arbustes)	2	3,4	14,1	13,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	0,9	1,5	1,6	1,9
Total	100	100	100	100

Les plantes vivaces et à massifs restent les produits les plus achetés chez les horticulteurs. Si leur part en volume reste relativement stable, les dépenses gagnent en part de marché (+ 3,3 points)

La catégorie « conifères et arbres et arbustes d'ornement » perd 3,2 points en valeur entre 2007 et 2008, ce secteur est en perte depuis plusieurs années, en 2008 c'est surtout le secteur des conifères qui régresse de 10 % (tous lieux d'achats confondus).

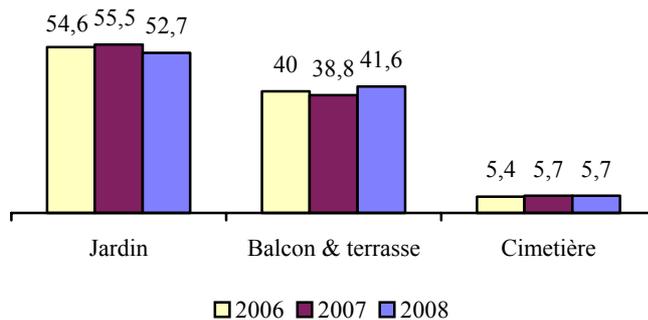
La part des rosiers recule de 0,7 point en volume mais gagne 1,7 point en valeur à 7 %.

Les bulbes et oignons à fleurs baissent en volume de -2,5 points et de - 1,1 point en valeur.

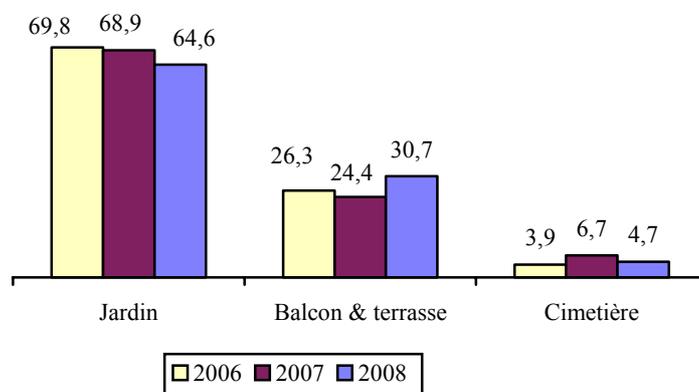
Les arbres et arbustes fruitiers voient leur poids augmenter en volume et baisser légèrement en valeur.

Destination de ces produits

En volume (%)



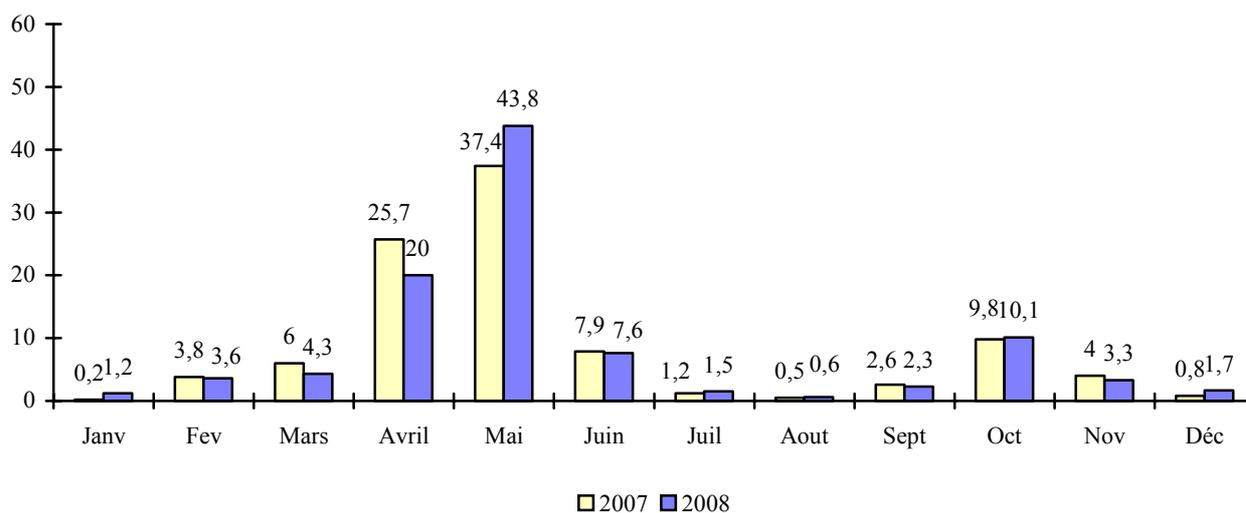
En valeur (%)



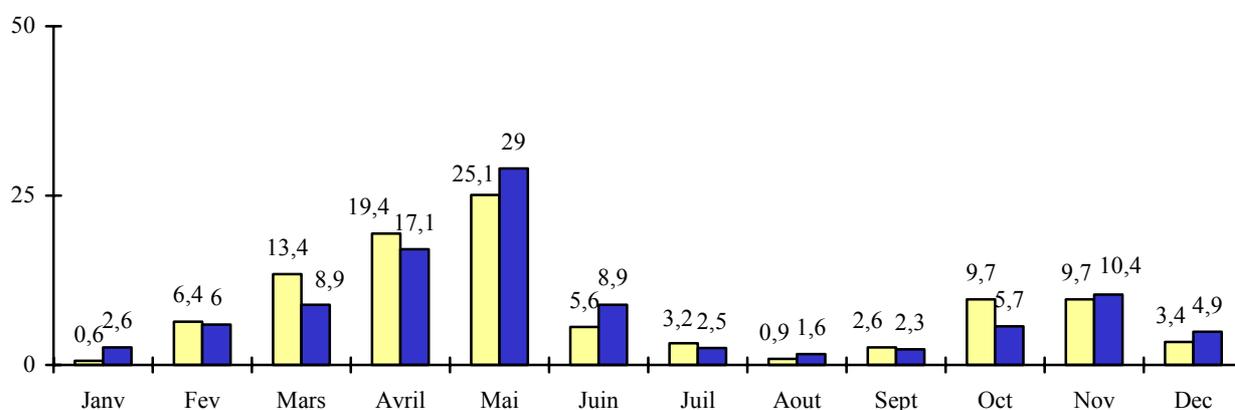
Chez les horticulteurs, la part des achats pour le jardin reste prédominante.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Chez les horticulteurs, mai est traditionnellement le mois le plus fort en matière d'achat de végétaux d'extérieur.

Par rapport à 2007, les achats de printemps (mars, avril, mai) représentent 68,1 % des quantités (-1 point) et 55 % des dépenses (-2,9 points).

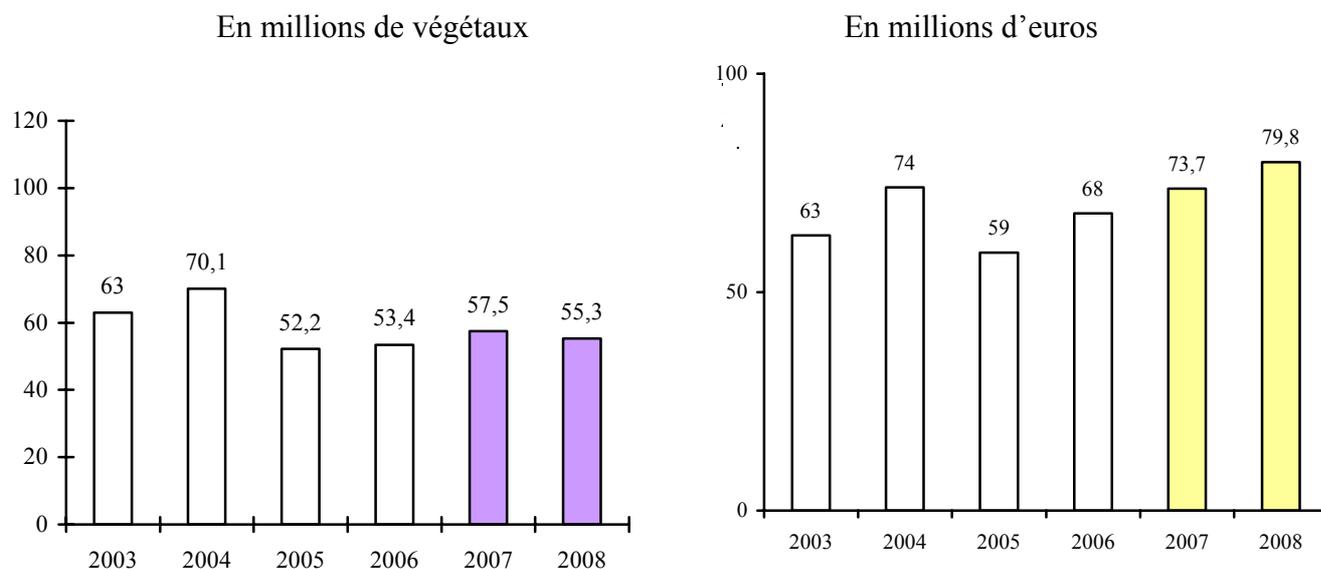
LA VENTE PAR CORRESPONDANCE

Sur le marché des végétaux d'extérieur, la vente par correspondance représente :

- 12,5 % des quantités achetées,
- 8,7 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Vente par correspondance	55,3	12,5%	-3,8	79,8	8,7%	8,3
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats



En 2008, on constate une diminution des achats en VPC de 3,2 points en volume à 55,3 millions d'entités et une progression de 6,1 points des dépenses à 79,8 millions d'euros.

Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	18,4	19,1	21,2	26
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	6	3,7	25,4	17,2
Rosiers	3	2,1	12,2	10,2
Bulbes et oignons à fleurs	63,3	66,8	19,6	25,8
Fruitiers (arbres et arbustes)	5,8	5,8	15,6	15,4
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	3,5	2,5	6	5,4
Total	100	100	100	100

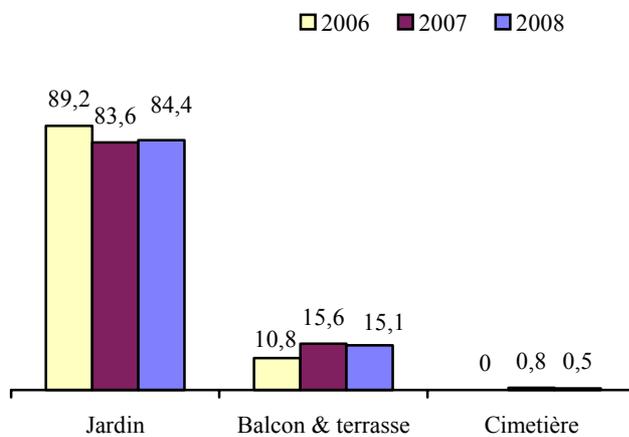
La part de marché des bulbes, produit phare de la vente par correspondance, progresse de 3,8 points en volume à 66,8 % et de 6,2 points en valeur à 25,8 %.

Les plantes vivaces sont en 2008 le premier poste en valeur à 26 % des parts de marchés des produits vendus en VPC, en progression de 4,8 points en valeur.

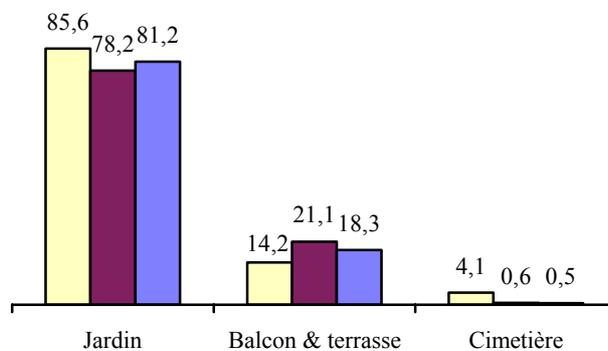
Les achats de conifères, d'arbres et d'arbustes d'ornement régressent de 2,3 points en volume et de 8,2 points en valeur. Les rosiers baissent en part de marché de 0,9 point en volume et de 2 points en valeur.

Destination de ces produits

En volume (%)

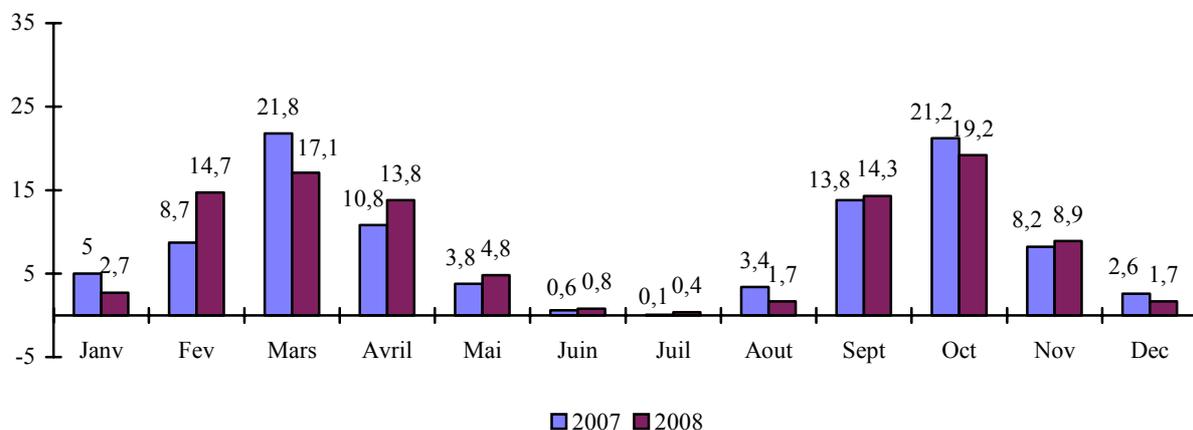


En valeur (%)

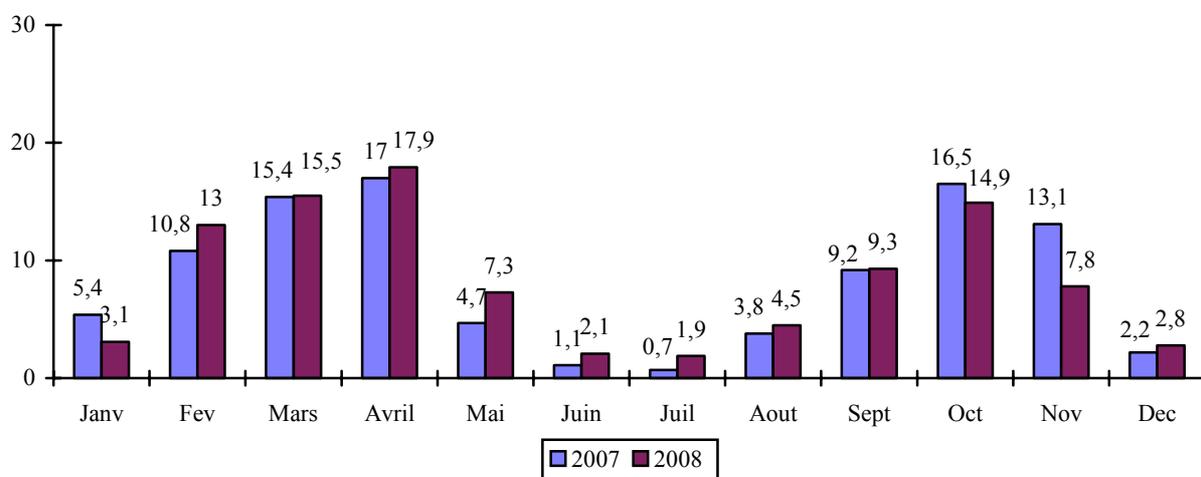


Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



La part des achats de printemps (février, mars, avril) passe en volume de 41,3 % en 2007 à 45,6 % en 2008 (+ 4,3 points) et en valeur de 43,2 % en 2007 à 46,4 % en 2008 (+ 3,2 points). Les achats d'automne passe en volume de 43,1 % en 2007 à 42,4 % en 2008 (- 0,7 points) et en valeur de 38,8 % en 2007 à 32 % en 2008 (- 6,8 points).

LES HYPERMARCHES, SUPERMARCHES ET GRANDS MAGASINS

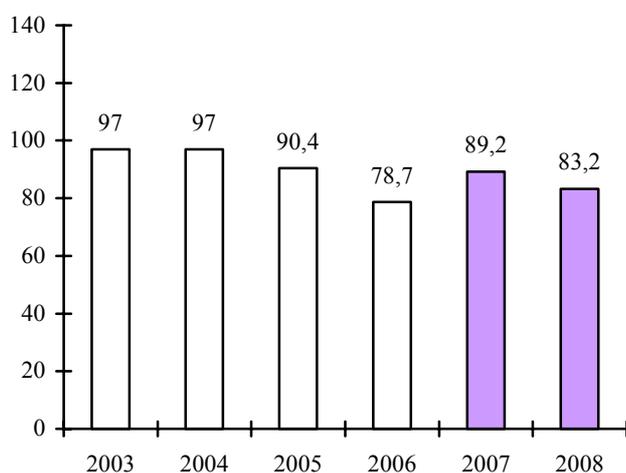
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les hypermarchés, supermarchés et grands magasins représentent :

- 18,8 % des quantités achetées,
- 9 % des sommes dépensées.

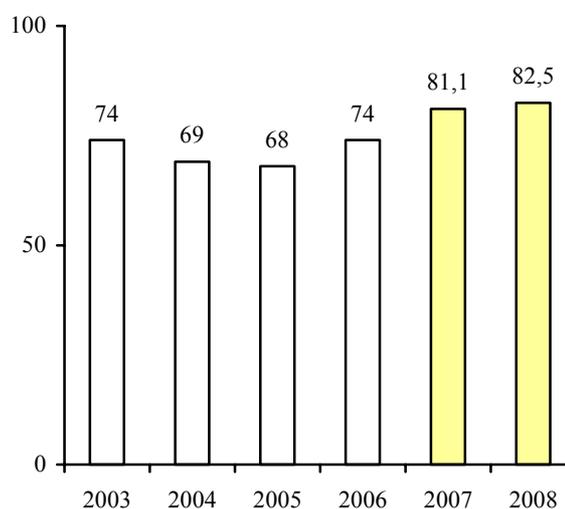
	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Hypermarchés, supermarchés et grandes surfaces	83,2	18,8%	-6,7	82,5	9,0%	1,7
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



Entre 2007 et 2008, on constate une baisse des achats de - 6,7 % mais hausse des dépenses de 1,7 % à 82,5 millions d'euros.

Les produits vendus

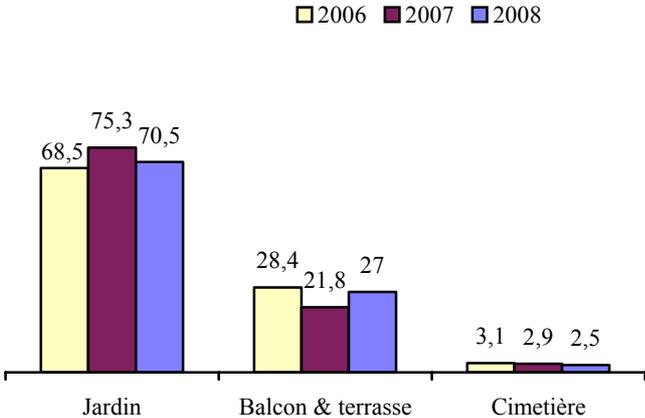
	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	43,2	39,3	35,7	33,8
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	4,1	3,9	23,7	20,5
Rosiers	2,1	2,4	10	11,5
Bulbes et oignons à fleurs	45,9	48,6	14,8	16,7
Fruitiers (arbres et arbustes)	1,6	1,9	8	8,3
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	3,1	3,9	7,8	9,1
Total	100	100	100	100

En volume, les bulbes et oignons à fleurs et les plantes vivaces et à massifs constituent les produits les plus fréquemment achetés en hypermarchés, supermarchés et grands magasins (respectivement 48,6 % et 39,3 %). En valeur, ce sont les plantes vivaces et à massifs puis les conifères, arbres et arbustes d'ornement ainsi que les bulbes et oignons à fleurs qui génèrent les plus fortes parts de marché (respectivement 33,8 %, 20,5 % et 16,7 % des sommes dépensées).

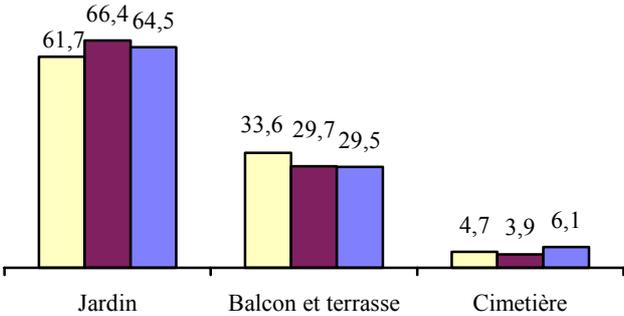
Entre 2007 et 2008, la part des plantes à massif et vivaces régresse de 1,9 point en valeur, la part des conifères, arbres et arbustes d'ornement baisse de 3,2 points), celle des bulbes augmente de 1,9 point.

Destination de ces produits

En volume (%)

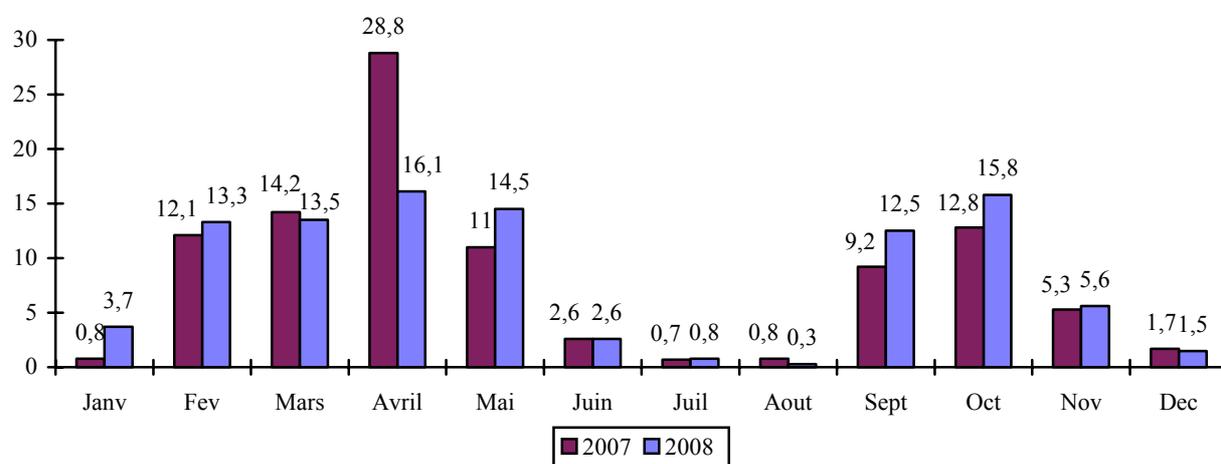


En valeur (%)

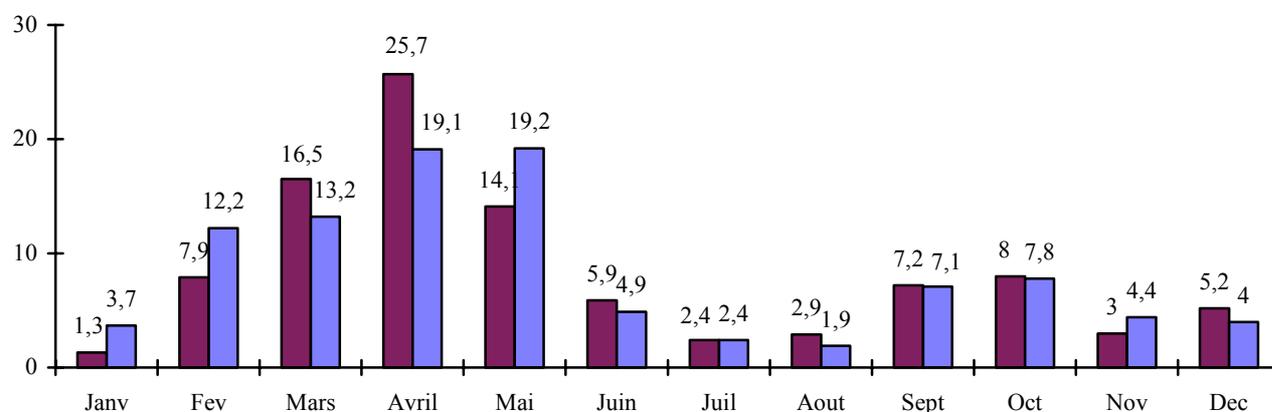


Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



En 2008, la part des dépenses en hyper/supermarchés réalisée en mars, avril, mai baisse en valeur de 14,8 points par rapport à la même période 2007. Les mois de janvier et février 2008 laissent apparaître une hausse de 6,7 points par rapport à 2007.

LES DÉTAILLANTS DE MARCHÉ

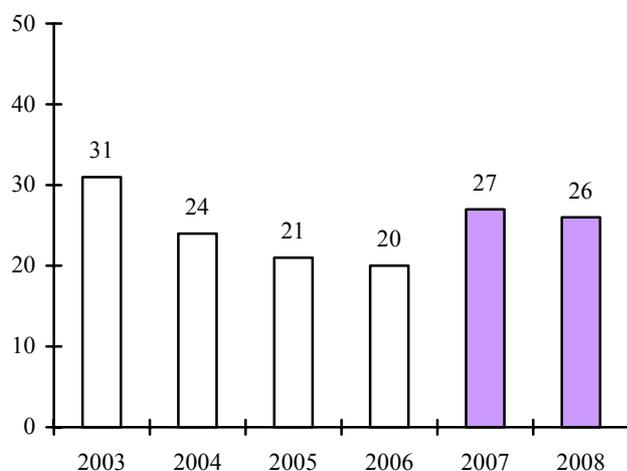
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les détaillants de marché représentent :

- 5,9 % des quantités achetées,
- 5,4 % des sommes dépensées

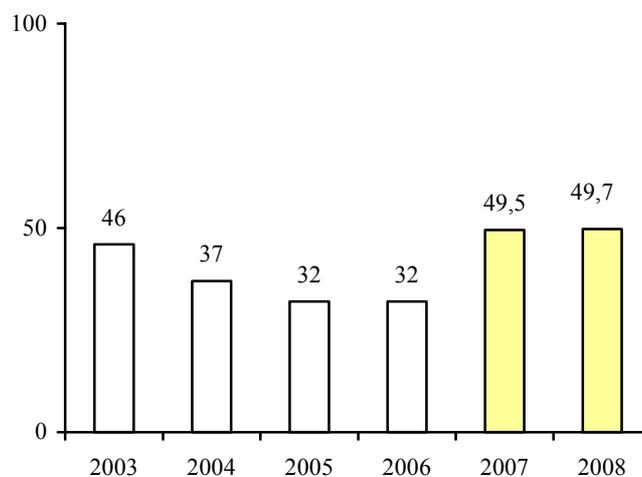
	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Détaillants de marché	26	5,9%	-3,9	49,7	5,4%	0,5
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



Entre 2007 et 2008, les achats chez les détaillants de marché se stabilisent en valeur.

Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	73,4	83,9	58,9	58,7
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	3,6	3,5	18,2	17,9
Rosiers	1,1	1,1	8,4	6,9
Bulbes et oignons à fleurs	19,4	7,8	7,5	4,3
Fruitiers (arbres et arbustes)	1,3	2,7	5,3	11
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	1,2	1	1,7	1,2
Total	100	100	100	100

Chez les détaillants de marché, les achats de plantes vivaces et à massifs restent prédominants.

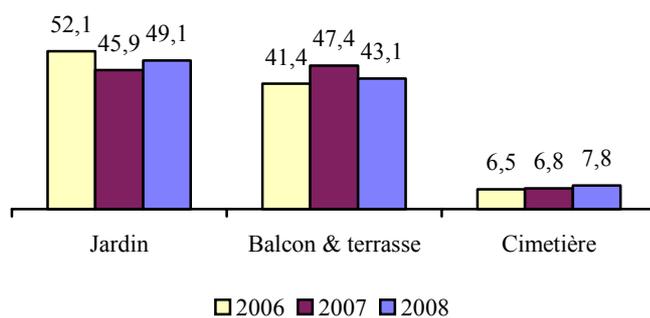
En 2008, la part des achats de plantes vivaces et à massifs augmente de 10,5 points en volume avec 83,9 % mais reste stable en valeur avec 58,7 % de part de marché.

La part des bulbes et oignons à fleurs retrouve son niveau de part de marché en volume autour de 7 % en volume et 4% en valeur.

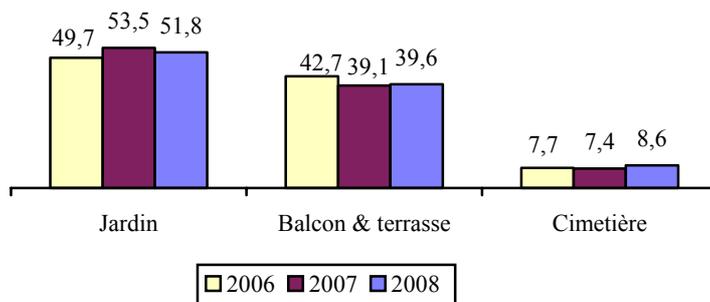
On remarque une baisse des parts de marché en valeur pour les rosiers (- 1,5 point) et un renforcement des parts de la catégorie arbres et arbustes fruitiers, + 1,4 point en volume et + 5,7 points en valeur.

Destination de ces produits

En volume (%)



En valeur (%)

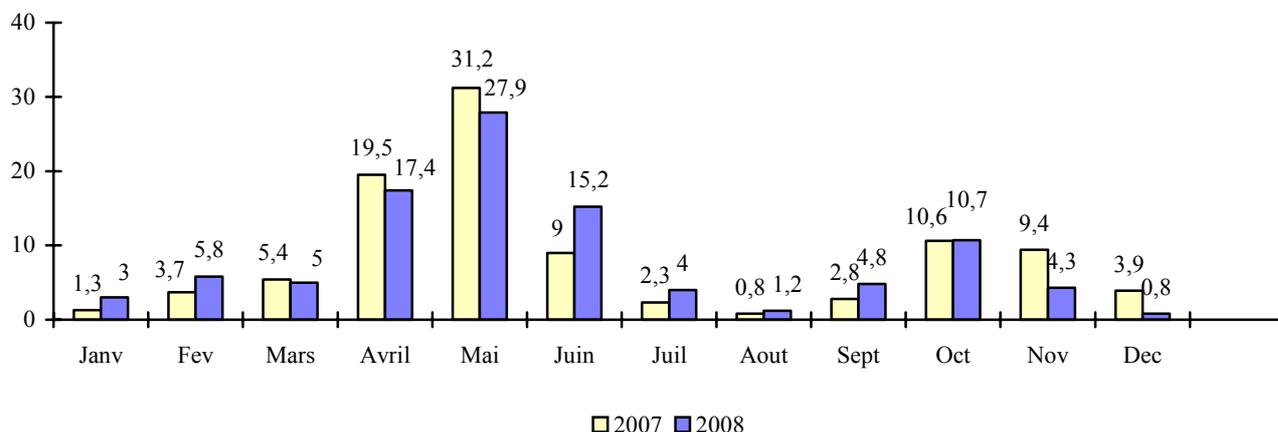


Les achats sur les marchés sont pratiquement autant destinés aux jardins qu'aux balcons/terrasses.

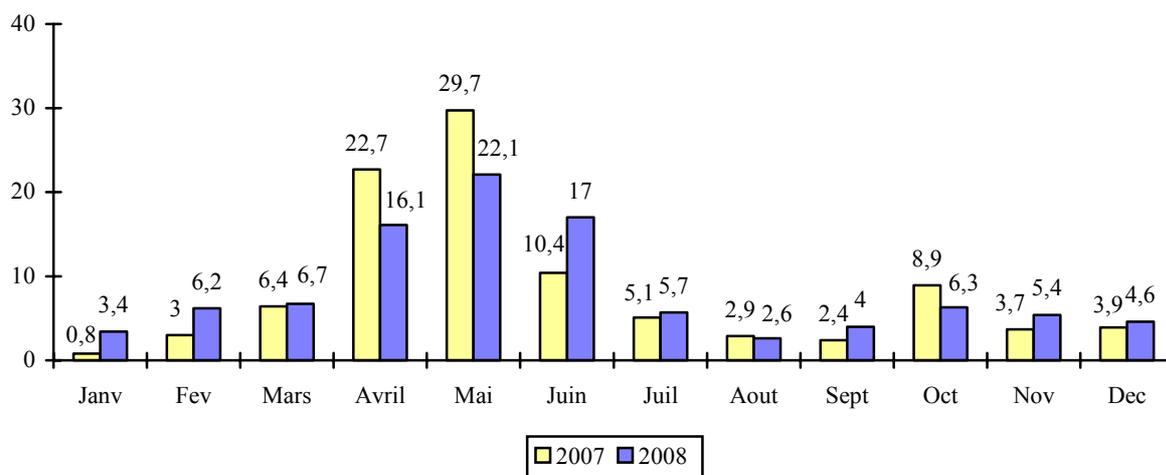
En 2008, la part destinée aux jardins s'élève à 49,1 % en volume et à 51,8 % en valeur.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Les détaillants de marché vendent principalement des plantes à massif et vivaces. Plus de la moitié des achats sont réalisés en mars, avril et mai.

Mai reste le mois privilégié avec une part de marché de 27,9 % en volume et de 22,1 % en valeur.

Sur les mois d'avril, mai et juin le pourcentage des parts de marché augmente en volume de 0,8 point mais baisse en valeur de 7,6 points.

LES FLEURISTES ET LES GRAINETIERS

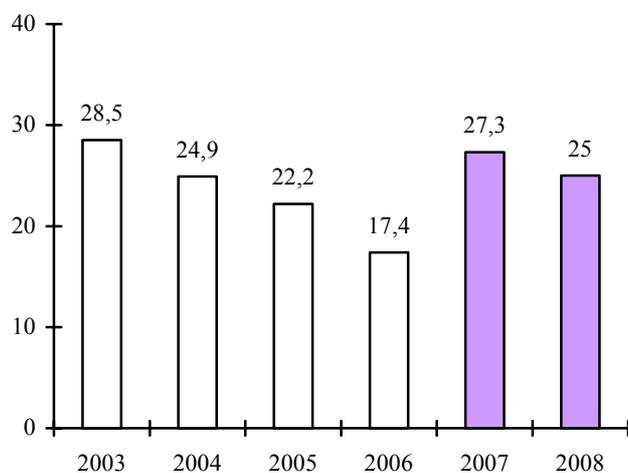
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les fleuristes et grainetiers représentent:

- 5,6 % des quantités achetées,
- 10 % des sommes dépensées.

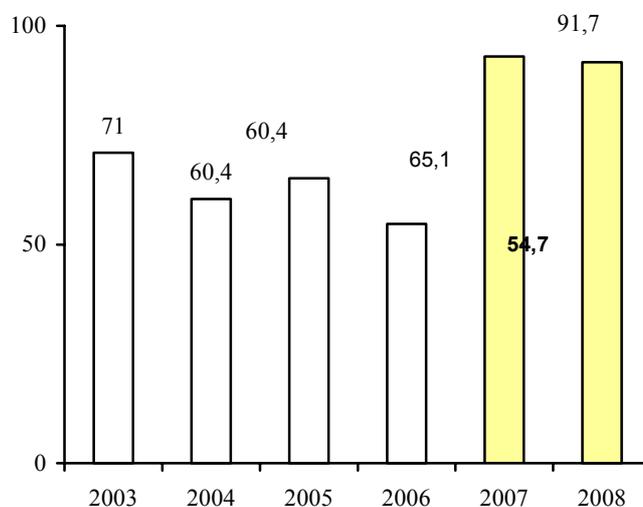
	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 06/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 06/07 (en %)
Fleuristes	16,5	3,7%	-4,7	74,7	8,1%	0,8
Grainetiers	8,6	1,9%	-14,5	17	1,9%	-10,5
ST Fleuristes, grainetiers	25	5,6%	-8,3	91,7	10%	-1,5
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



Cette année, la part des achats chez les fleuristes a diminuée de 4,7 % en volume, elle est restée relativement stable en valeur, la part des achats chez les grainetiers baisse de 14,5 % en volume et de 10,5 % en valeur.

Les produits vendus

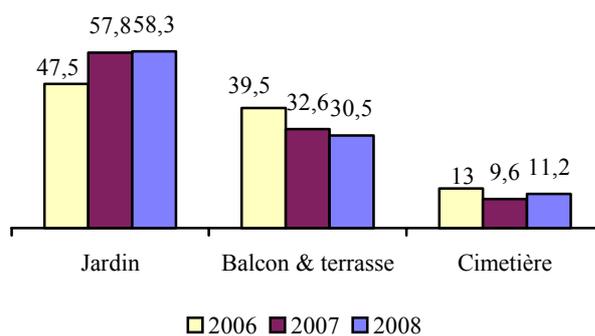
	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	66,9	60,4	41,2	32,6
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	5	10	24,3	30,6
Rosiers	2,2	4,2	12,4	12,6
Bulbes et oignons à fleurs	20,6	21,8	5,8	11,5
Fruitiers (arbres et arbustes)	0,8	1,9	7	7,9
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	4,5	1,7	9,3	4,8
Total	100	100	100	100

La part des plantes vivaces et à massifs perd 6,5 points en volume et 8,6 points en valeur, cette catégorie reste cependant en végétaux d'extérieur, la plus achetée chez les fleuristes et les grainetiers.

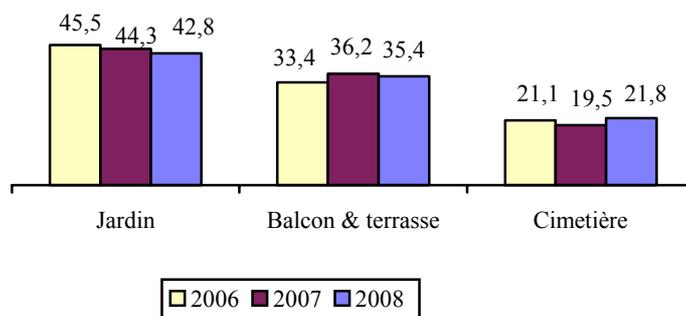
La part de volume d'achat de bulbes et oignons à fleur gagne 1,2 point et 5,7 points en valeur. Les rosiers et les fruitiers (arbres et arbustes) sont relativement stables en dépenses. Les conifères, arbres et arbustes d'ornement regagnent 5 points en volume et 3,3 points en valeur à 30,6%.

Destination de ces produits

En volume (%)



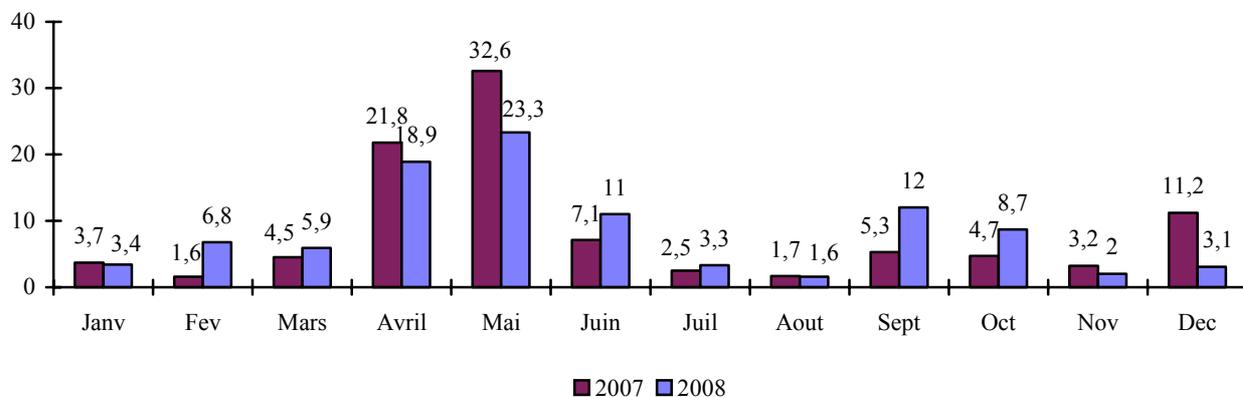
En valeur (%)



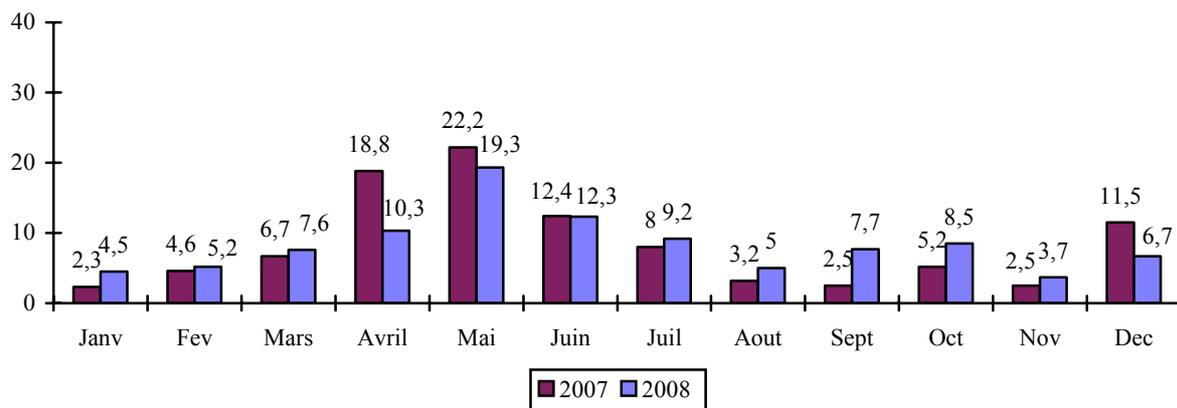
La part des dépenses pour les achats en végétaux d'extérieur réalisés chez les fleuristes et/ou les grainetiers sont destinés à 42,8 % aux jardins, 35,4 % aux balcons/terrasses et à 21,8 % pour le cimetière.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



En 2008, on note la régression en volume (- 8,3 points) et en valeur (- 11,5 points) des achats cumulés des mois de avril, mai et juin.

LES GRANDES SURFACES DE BRICOLAGE

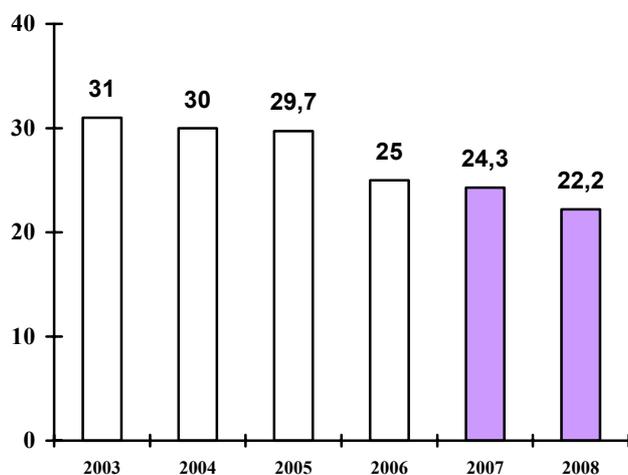
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les grandes surfaces de bricolage représentent :

- 5 % des quantités achetées,
- 3,6 % des sommes dépensées

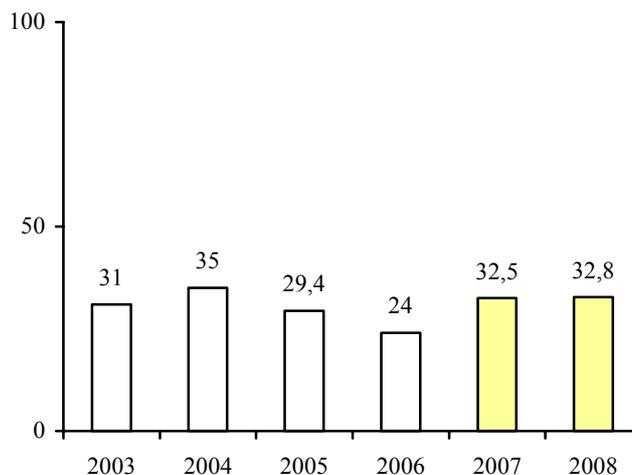
	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 08/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07 (en %)
Grande surface de bricolage	22,2	5,0%	-8,6	32,8	3,6%	0,8
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats

En millions de végétaux



En millions d'euros



La tendance des achats en GSB, et ce, compte tenu de l'exercice de réropolation des données en 2007, est à la baisse depuis 2003 alors que les dépenses, après une chute en 2006, se stabilise.

Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	53,4	51,7	39,8	35,2
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	5,1	5,8	28	24,9
Rosiers	0,2	2,1	3,3	5,8
Bulbes et oignons à fleurs	34,8	30,5	8,5	9,7
Fruitiers (arbres et arbustes)	1,8	6,6	6,8	12,4
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	4,7	3,3	13,6	12
Total	100	100	100	100

La part des plantes à massif et vivaces est en retrait en 2008 de 1,7 point en volume et de 3,6 points en valeur, cette catégorie de végétaux reste la plus grande en volume d'achats (51,7 %), et en valeur (35,2 %).

Les bulbes baissent de 4,3 points en volume à 30,5 % mais augmentent de 1.2 point en valeur à 9,7 %.

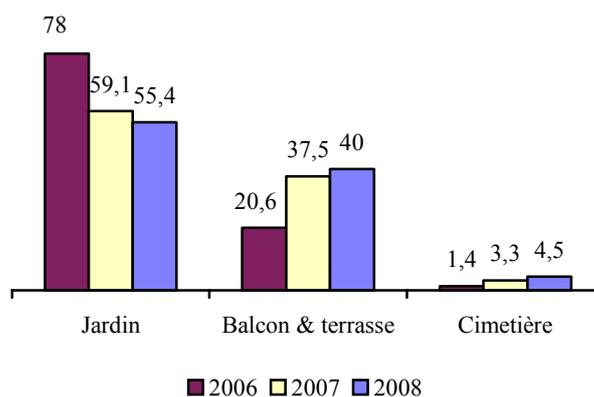
La part des arbres et arbustes fruitiers, s'accroît en volume de 4,8 points à 6,6 % et de 5,6 points en valeur à 12,4 %.

La part des conifères et autres arbres et arbustes d'ornement perd 3,1 points en valeur à 24,9 %.

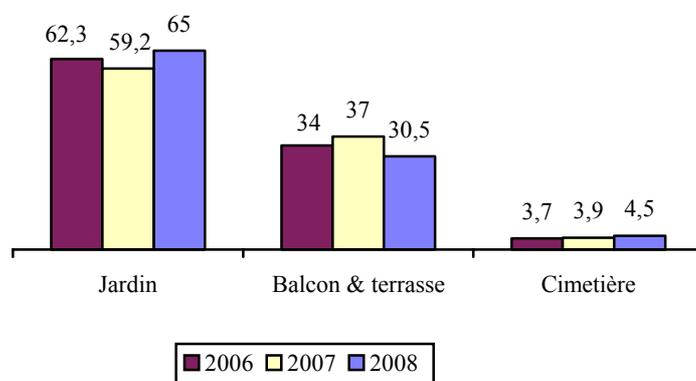
Les rosiers regagnent des parts de marchés tant en volume qu'en valeur : respectivement + 1,9 points et + 2,5 points.

Destination de ces produits

En volume (%)



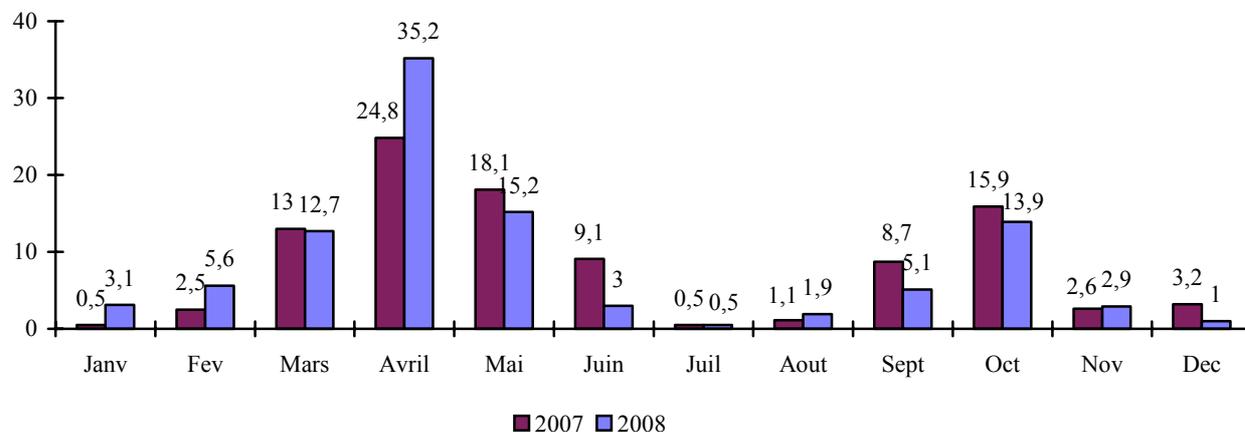
En valeur (%)



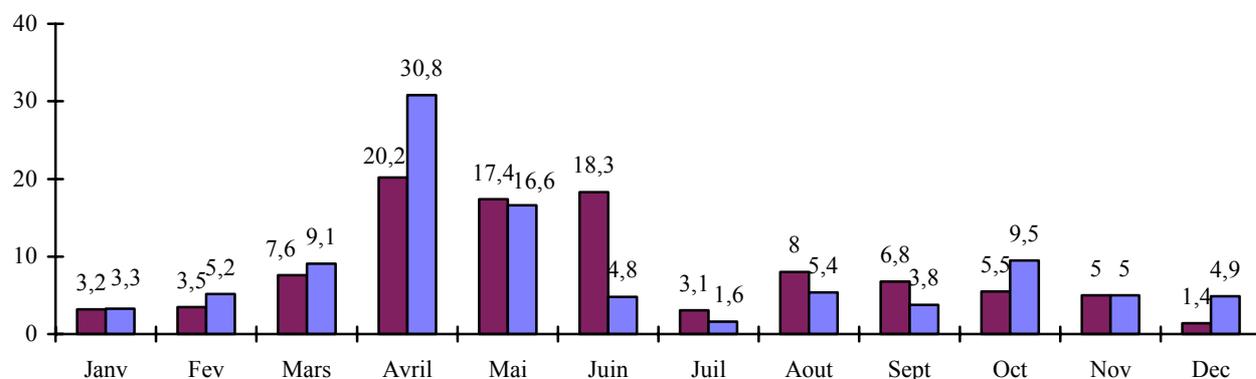
La destination «balcon et terrasse» progresse en volume (+ 2,5 points) à 40 % alors que la destination jardin perd 3,7 points en volume à 55,4 %.

Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Entre 2008 et 2007, on constate un pic d'achat en avril de + 10,4 points en volume à 35,2 % et de + 10,6 points en valeur à 30,8 % de part de marché.

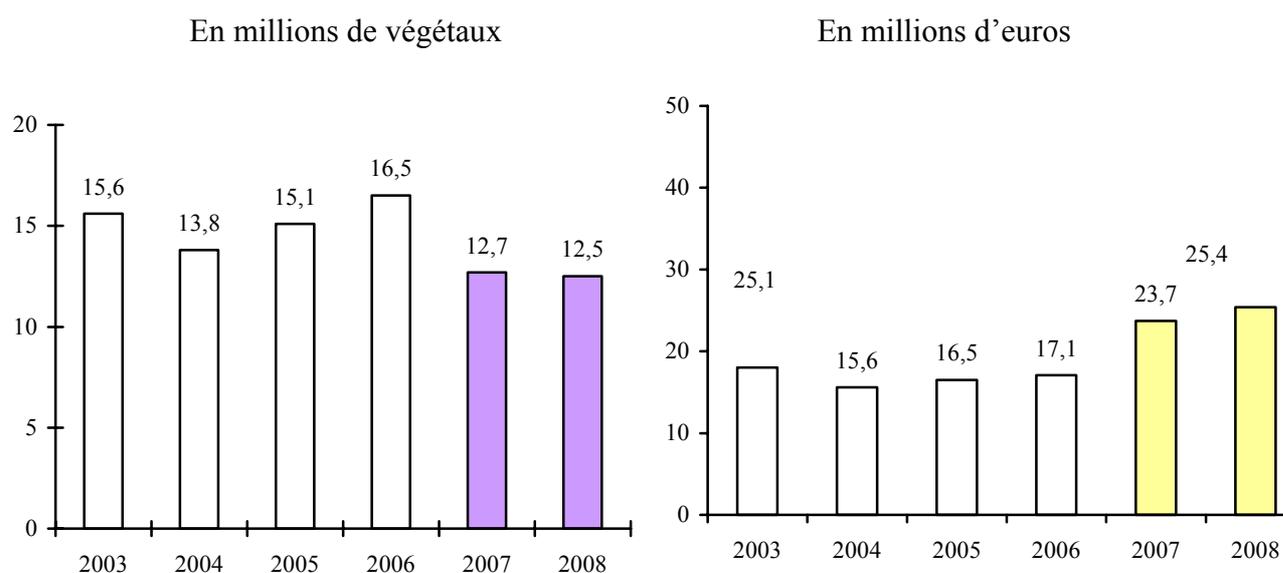
LES JARDINERIES D'HYPERMARCHES

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les jardinerias d'hypermarché représentent :

- 3 % des quantités achetées,
- 2,8 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 06/07 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 06/06 (en %)
Jardinerias d'hypermarché	12,5	2,8%	-1	25,4	2,8%	7,2
Ensemble du marché	442,8	100	-3,6	916,5	100	3,6

Évolution des achats



Les achats en jardinerias d'hyper accusent une baisse en volume, (-1 %) mais une hausse en valeur (+ 7,2 %).

Les produits vendus

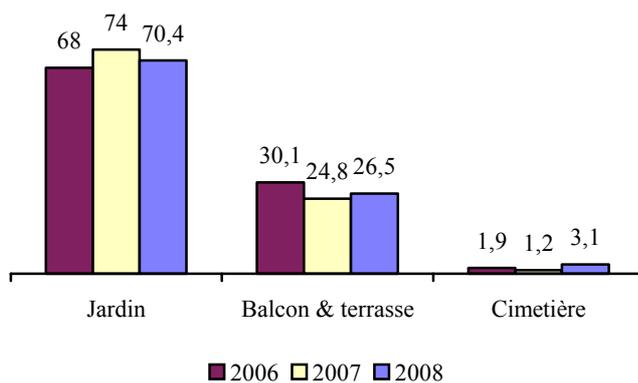
	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2007	2008	2007	2008
Plantes vivaces et à massifs	48,6	63,3	41	27,1
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	5,5	7,4	22,4	33,9
Rosiers	3	3,6	11,7	13
Bulbes et oignons à fleurs	38,4	20,3	7,5	6,2
Fruitiers (arbres et arbustes)	2,8	2,7	14	11,9
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	1,7	2,7	3,4	7,9
Total	100	100	100	100

Les plantes à massif et vivaces et les bulbes à fleurs représentent 83,6 % des volumes et 33,3 % des dépenses de l'ensemble des végétaux d'ornement achetés dans les jardinerie d'hyper.

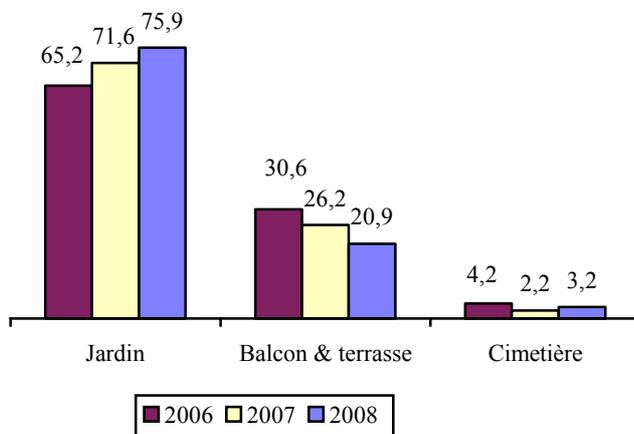
Pour l'analyse des évolutions par catégorie de végétaux, il est important de se rappeler que sur le marché des végétaux d'extérieur, les jardinerie d'hypermarchés ne représentent que 3 % en volume des quantités achetées.

Destination de ces produits

En volume (%)

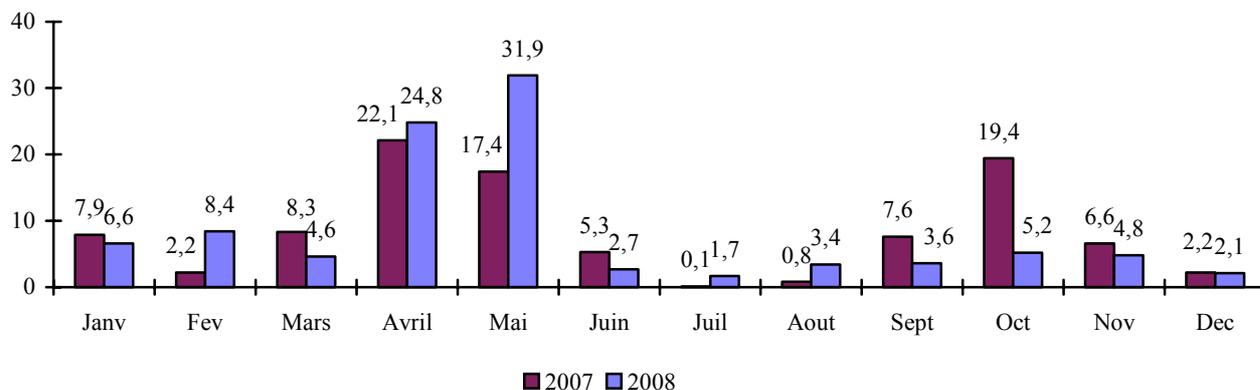


En valeur (%)

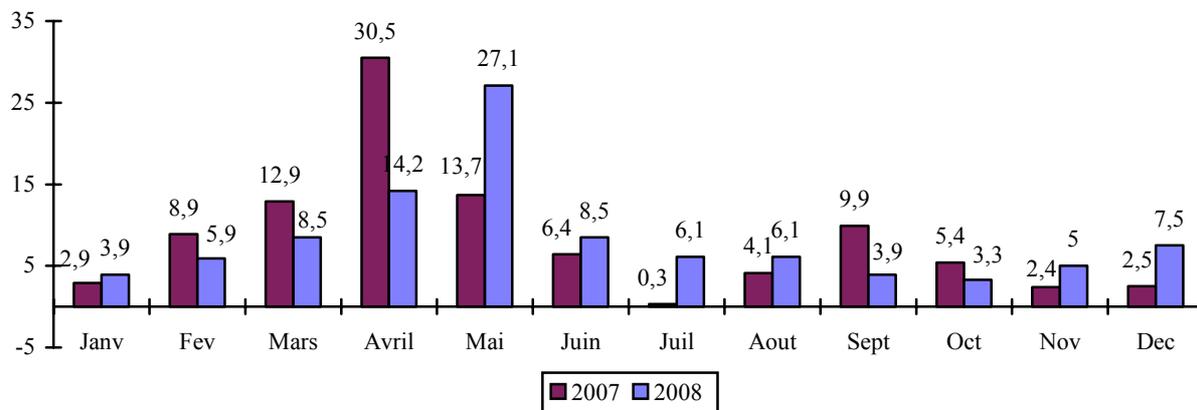


Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %



Les mois de mars, avril et mai représentent 61,3 % du marché en volume en hausse de 13,5 points/2007 et 39,8 % du marché en valeur en baisse de 17,3 points/2007.