



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

# Végétaux d'intérieur

*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**

## **Pourquoi un panel ?**

## **Méthodologie**

## **Le marché**

*L'ensemble du marché de 2002 à 2008*  
*La consommation des particuliers en végétaux d'intérieur en 2008*  
*La consommation par région*

## **Les produits**

*Evolution de la part des différentes catégories de produits depuis 2004*  
*Evolution des achats par produits depuis 2004*  
*Les plantes fleuries en pot*  
*Les plantes vertes ou grasses en pot*  
*Les fleurs coupées vendues à la pièce ou en botte*  
*Les fleurs coupées vendues à la pièce*  
*Les bottes de fleurs*  
*Les coupes et les compositions florales*  
*Les bonsaïs*  
*Les fleurs séchées*

## **La destination des achats**

## **Les lieux d'achat**

*Le poids des différents lieux d'achat*  
*L'ensemble des fleuristes*  
*Les détaillants de marché*  
*Les grandes surfaces*  
*Les jardineries*  
*La vente directe par les horticulteurs*

## **Les acheteurs**

*Par sexe*  
*Par catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage*  
*Par mode d'achat*

## 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 réropolation \*** à l'aide d'une modélisation prenant en compte 2008 et les années passées. **Cette réropolation 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 réropolées.**

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

*Pourquoi  
un panel ?*

Les produits horticoles, et notamment les végétaux d'intérieur sont caractérisés par l'importance du marché des particuliers. Ces végétaux, matériaux de jardinage, se comptent par milliers d'espèces. C'est un marché difficile à évaluer car à la diversité des espèces s'ajoutent la complexité des circuits de distribution et le nombre des entreprises de l'horticulture française (environ 40 000). Seul un panel de consommateurs, instrument de mesure sophistiqué, permet d'appréhender ce marché.

Cependant, le panel a ses limites :

- il ne prend pas en compte les achats des collectivités (villes, commerçants, banques...),
- il a tendance à sous-estimer le marché réel (les consommateurs oublient parfois d'enregistrer des achats),
- il ne permet pas de connaître les motivations et l'attitude des consommateurs,
- il mesure difficilement les ventes hors circuit traditionnel (type vente du muguet).

## Les produits étudiés

- les fleurs coupées : fleurs achetées à l'unité, bottes d'une seule espèce et bottes de plusieurs espèces, compositions,
- les plantes en pot : fleuries ou vertes, vendues à l'unité ou en coupes,
- les bonsaïs et les fleurs séchées.

Sont analysés notamment :

- les catégories,
- les lieux d'achat,
- les destinations,
- les occasions d'achat,
- le prix payé pour l'achat,
- les caractéristiques socio-démographiques des individus interrogés.

# Méthodologie

## L'échantillon

L'échantillon étudié est constitué de 10 000 individus sélectionnés parmi les 20 000 ménages du panel consommateurs METASCOPE de TNS Sofres, représentatifs de l'ensemble des individus français de 15 ans et plus, issus de la structure des ménages INSEE, répartis selon six critères socio-démographiques (région de résidence, habitat, catégorie socioprofessionnelle, nombre de personnes au foyer, âge et catégorie socio-professionnelle de l'individu, sexe de l'individu). L'échantillon ne comprend pas les collectivités.

## Date et réalisation de l'enquête

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 10 000 individus du panel. Chaque panéliste de TNS Sofres doit y décrire ses achats

## Des résultats extrapolés

L'échantillon étant représentatif de la population française, les résultats sont multipliés par un coefficient multiplicateur d'extrapolation égal au nombre d'individus INSEE / 10 000 individus TNS SOFRES. Ce coefficient change chaque année. En 2008, il s'élève à 4 990.

## Les unités

On entend par acte d'achat :

- le pot de fleurs, quand il s'agit de plantes en pot,
- le bouquet de fleurs, quand il s'agit de fleurs coupées achetées à la pièce ou de fleurs séchées,
- la botte quand il s'agit de fleurs coupées en bottes.

## *Le marché*

# *La consommation des particuliers en végétaux d'intérieur en 2008*

Consommation totale : **194,4 millions de végétaux achetés**  
**2 227 millions d'euros**

Evolution 2007/2008 : - **0,7 %** en volume  
- **2,1 %** en valeur

## **Par rapport à l'année 2007**

Le seul groupe de **produits** dont le marché a **progressé** en volume et en valeur est celui des plantes vertes ou grasses en pot.

Le groupe des plantes fleuries est **quasi-stable**. Les autres groupes de **produits** ont connu une **baisse**.

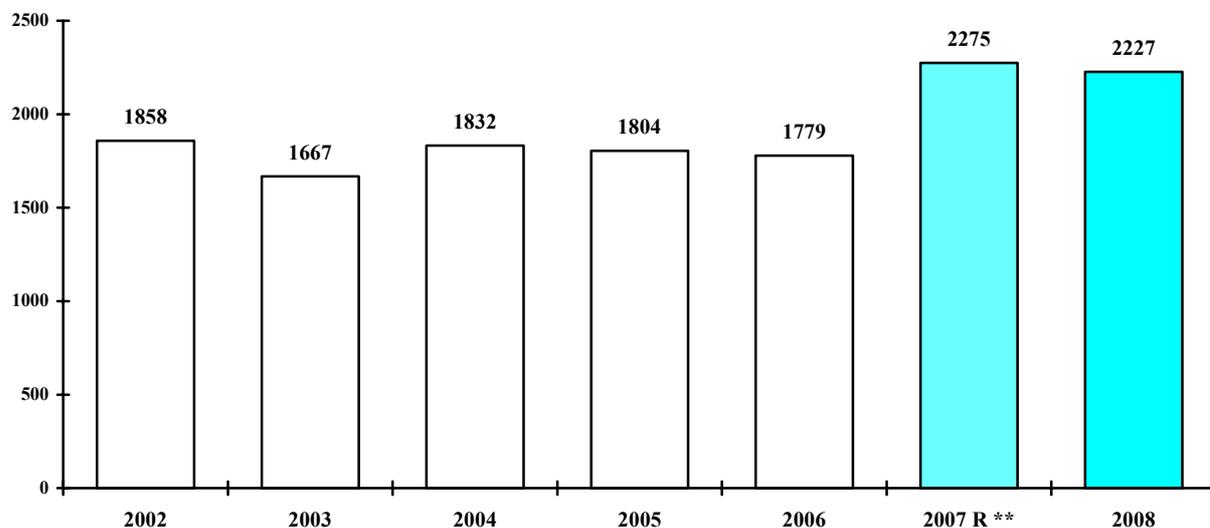
La diminution des achats en volume a touché tous les **lieux d'achat**, à l'exception des fleuristes. En valeur, seules ont progressé les grandes surfaces de bricolage et les jardinerie Garden Center.

On n'observe pas d'évolutions sensibles en ce qui concerne le poids des différentes catégories de végétaux achetés et des différents lieux d'achat.

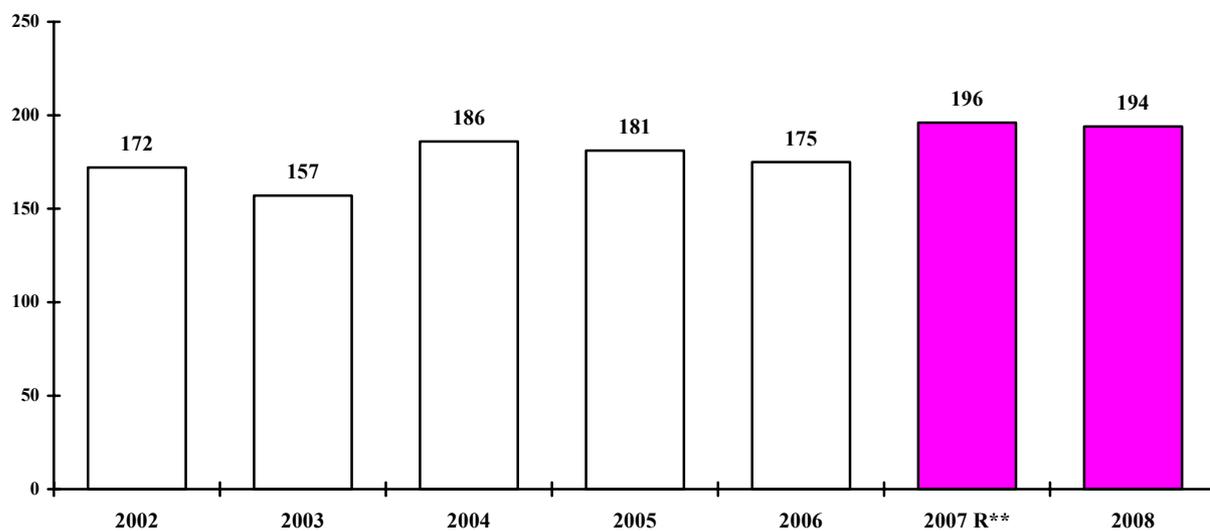
On note une tendance à la hausse des achats pour offrir (en entités).

# L'ensemble du marché de 2001 à 2008

*En valeur (en millions d'euros)\**



*En volume (en millions de produits achetés)\**



\* données antérieures à 2007 : pour mémoire

\*\* 2007 R : données rétropolées

# Les catégories de végétaux, destinations et lieux d'achat

♦ *En sommes dépensées*

	Sommes dépensées (Millions d'euros)		Évolution (en %)
	2007 R	2008	2008/2007R
<b>Plantes fleuries</b>	814	814	0,0
<b>Plantes vertes ou grasses en pot</b>	81	86	7,3
<b>Fleurs coupées à la pièce</b>	328	320	-2,4
<b>Fleurs coupées en bottes</b>	501	492	-1,8
<b>Coupes et bacs de plantes</b>	156	145	-7,1
<b>Compositions florales</b>	375	350	-6,8
<b>Bonsaïs</b>	13	14	NS
<b>Fleurs séchées</b>	6	5	NS
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
<b>Pour soi</b>	413	404	-2,3
<b>Pour offrir</b>	1274	1261	-1,1
<b>Pour le cimetière</b>	588	563	-4,4
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
<b>Fleuristes</b>	1231	1191	-3,2
<b>Détaillants de marché</b>	162	159	-2,0
<b>Horticulteurs</b>	125	125	0,0
<b>Hyper, supermarchés, grands magasins</b>	338	332	-1,4
<b>Jardineries d'hypermarchés</b>	42	40	-5,9
<b>Jardineries Garden Center</b>	253	261	3,3
<b>Grainetiers</b>	29	26	-10,7
<b>Grande surface de bricolage</b>	27	28	4,5
<b>Autres lieux</b>	69	64	-7,2
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ</b>	2275	2227	-2,1

NS : non significatif (base d'observation faible)

Nota : Chiffres arrondis.

Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.

♦ *En entités\**

	Entités (milliers)		Évolution (en %)
	2007 R	2008	2008/2007R
<b>Plantes fleuries</b>	94110	93597	-0,5
<b>Plantes vertes ou grasses en pot</b>	7372	7850	6,5
<b>Fleurs coupées à la pièce</b>	20180	19632	-2,7
<b>Fleurs coupées en bottes</b>	57546	57290	-0,4
<b>Coupes et bacs de plantes</b>	6425	6342	-1,3
<b>Compositions florales</b>	9221	8853	-4,0
<b>Bonsaïs</b>	631	588	NS
<b>Fleurs séchées</b>	358	297	NS
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
<b>Pour soi</b>	58691	57054	-2,8
<b>Pour offrir</b>	88604	90333	2,0
<b>Pour le cimetière</b>	48547	47062	-3,1
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
<b>Fleuristes</b>	69741	70781	1,5
<b>Détaillants de marché</b>	22214	21759	-2,0
<b>Horticulteurs</b>	11982	11826	-1,3
<b>Hyper, supermarchés, grands magasins</b>	50147	49657	-1,0
<b>Jardineries d'hypermarchés</b>	5180	5033	-2,8
<b>Jardineries Garden Center</b>	24511	24351	-0,7
<b>Grainetiers</b>	2715	2460	-9,4
<b>Grande surface de bricolage</b>	3134	3078	-1,8
<b>Autres lieux</b>	6216	5504	-11,5
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ</b>	195482	194449	-0,7

\* une entité= 1 pot, un bouquet, une botte.....

NS : non significatif (base d'observation faible)

## Les sommes moyennes dépensées par acte d'achat

<i>Sommes moyennes dépensées par acte d'achat (en euros)</i>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Plantes fleuries</b> .....	13,2	13,4	13,4	13,5
<b>Plantes vertes ou grasses en pot</b> .....	14,4	13,1	14,4	12,9
<b>Fleurs coupées vendues à la pièce</b> .....	15,6	15,5	16,7	16,6
<b>Fleurs coupées vendues en bottes</b> .....	10,9	10,5	11,2	11,1
<b>Coupes ou bacs de plantes</b> .....	25,1	25,3	25,9	26,7
<b>Compositions florales</b> .....	40,9	48,5	46,2	41,3
<b>Bonsaïs</b> .....	24,0	17,4	17,9	27,0
<b>Fleurs séchées</b> .....	14,5	17,3	16,2	12,7
<b>Moyenne générale</b> .....	15,0	15,0	15,2	15,3

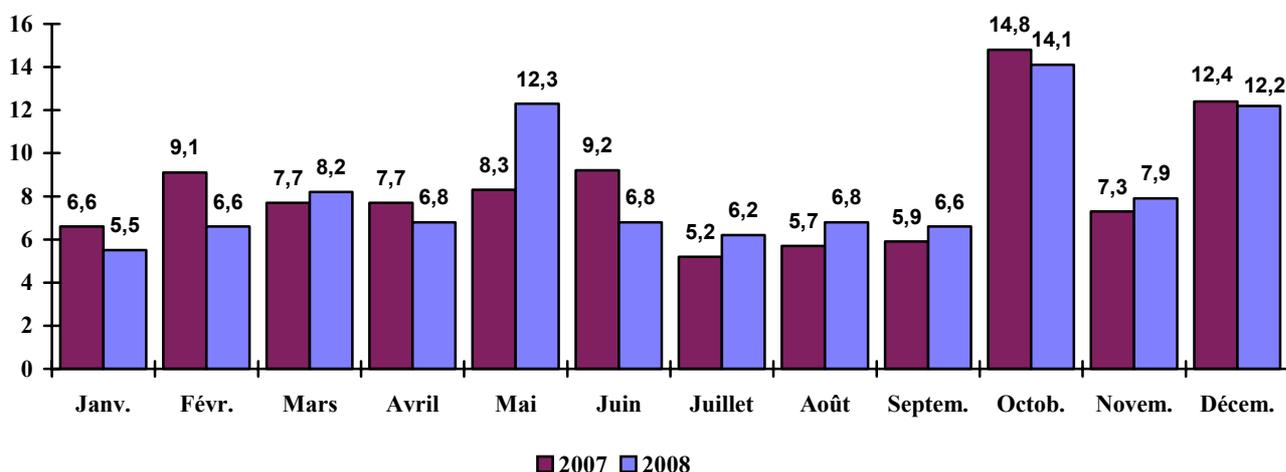
\*L'achat est indépendant, ici, de la quantité achetée (au cours du même achat on peut, en effet, acquérir plusieurs pots, fleurs coupées vendues à la pièce ou en bottes).

On notera également que la méthode de calcul des prix moyens ne prend pas en compte les « non répondants » en prix.

En 2008, la dépense moyenne par acte d'achat a dans l'ensemble peu évolué à l'exception de celles des plantes vertes ou grasses en pot (- 1,5 €), des coupes ou bacs de plantes (+ 0,8 €) et des compositions florales (- 4,9 €).

## Calendrier d'achat

*Tous produits  
en % des sommes dépensées*



La saisonnalité des achats de 2008 est semblable à celle des années où la fête des mères a lieu en mai (en 2007 la fête des mères était le 3 juin; en 2008 elle était le 25 mai).

## *La consommation par région*

Sommes moyennes dépensées par consommateur potentiel et par région UDA 8 \*

Somme moyenne dépensée en 2008 par individu de 15 ans et plus : 44,6 €.

Répartition par région en 2008

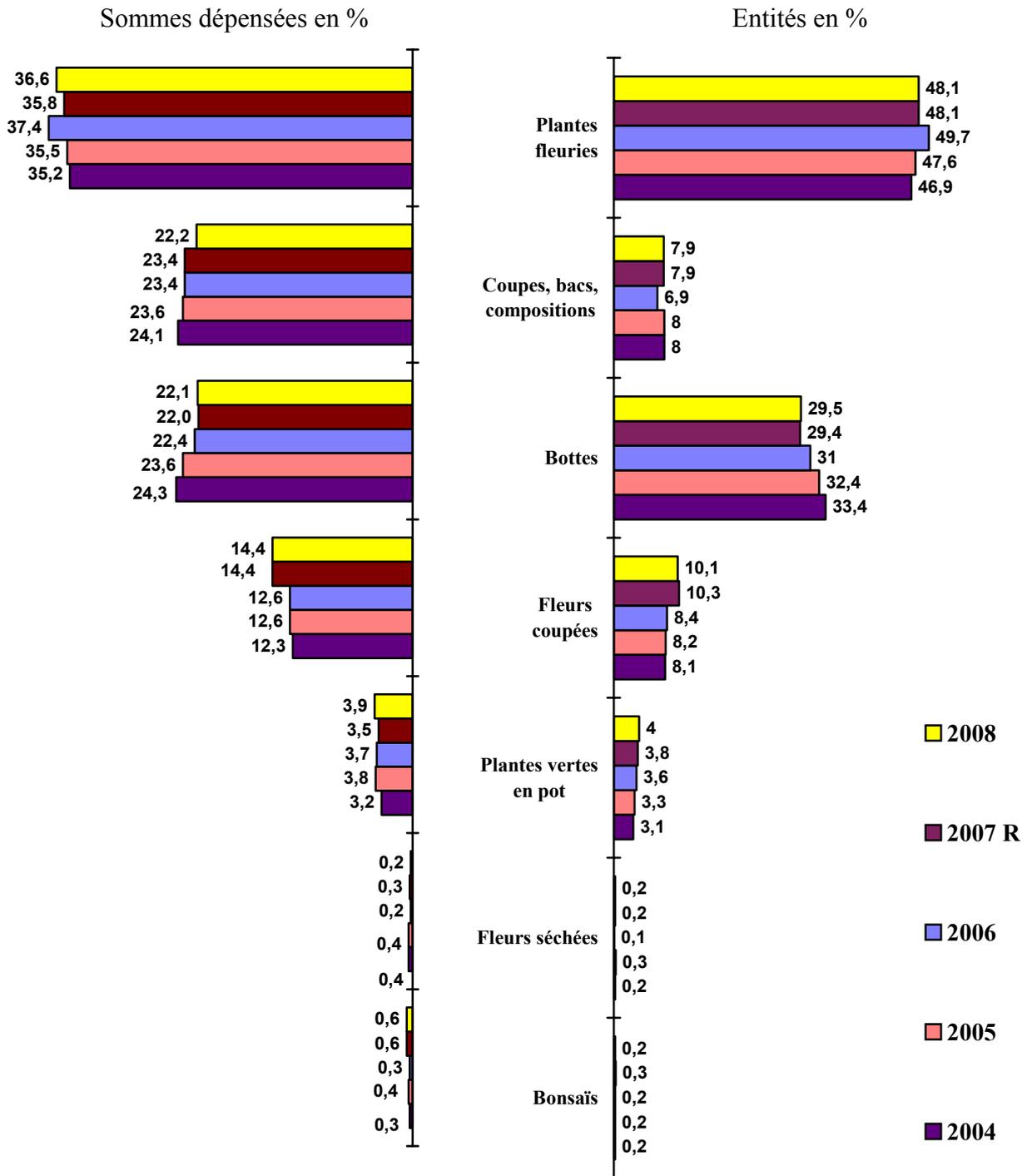
	<b>Sommes dépensées par région</b>	<b>Rang en sommes dépensées</b>	<b>Consommation par individu</b>	<b>Rang en consommation</b>
	<b>M €</b>		<b>€</b>	
Région parisienne	409,7	1	48,4	1
Bassin parisien	400,8	2	45,1	5
Ouest	325,1	3	45,9	4
Sud-Est	278,3	4	46,2	3
Sud-Ouest	242,7	5	43,3	6
Méditerranée	233,8	6	38,3	8
Nord	182,6	7	41,4	7
Est	153,6	8	46,3	2

NB : La méthode de calcul des prix moyens prend en compte les non-répondants en prix.

*\* les régions UDA 8 ("régions des annonceurs") sont utilisées dans les études de consommation / distribution*

## *Les produits*

# Evolution de la part des différentes catégories de produits depuis 2004



# Evolution des achats par produit depuis 2004

En millions d'euros (données antérieures à 2007 : pour mémoire)

	2004	2005	2006	2007R	2008	Evolution en (%) 2008/2007R
Plantes fleuries	646	641	665	814	814	0,0
Plantes vertes	59	68	67	81	86	+7,3
Fleurs coupées achetées à la pièce	226	228	223	328	320	-2,4
dont 1 espèce	131	140	146	190	173	-9,2
dont plusieurs espèces	95	88	77	138	147	+7,1
Bottes de fleurs	446	426	398	501	492	-1,8
dont 1 espèce	238	238	216	255	258	+0,8
dont plusieurs espèces	208	192	182	246	234	-4,6
Compositions florales	320	309	312	375	349	-6,8
Coupes ou bacs de plantes	121	118	103	156	145	-7,1
Autres (bonsais, fleurs séchées)	14	14	9	19	18	NS
Total	1832	1803	1779	2275	2227	-2,1

NS : non significatif (base d'observation faible)

Nota : Chiffres arrondis.

Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.

En millions d'entités (données antérieures à 2007 : pour mémoire)

	2004	2005	2006	2007R	2008	Evolution en (%) 2008/2007R
Plantes fleuries	87,2	86,2	87	94,1	93,6	-0,5
Plantes vertes	5,7	5,9	6,3	7,4	7,9	+6,5
Fleurs coupées achetées à la pièce	15,1	14,8	14,8	20,2	19,6	-2,7
dont 1 espèce	10,8	10,5	11	13,3	13	-2,3
dont plusieurs espèces	4,3	4,3	3,8	6,9	6,6	-4,3
Bottes de fleurs	62	58,8	54,3	57,5	57,3	-0,4
dont 1 espèce	39,7	37,7	34,9	32,2	37,1	+15,2
dont plusieurs espèces	22,3	21,1	19,4	25,3	20,2	-20,2
Compositions florales	9,8	9	7,4	9,2	8,9	-4,0
Coupes ou bacs de plantes	5,1	5,6	4,7	6,4	6,3	-1,3
Autres (bonsais, fleurs séchées)	0,8	0,8	0,6	1	0,9	NS
Total	185,8	181,1	175,1	195,8	194,4	-0,7

NS : non significatif (base d'observation faible)

Nota : Chiffres arrondis.

Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.

# LES PLANTES FLEURIES EN POT

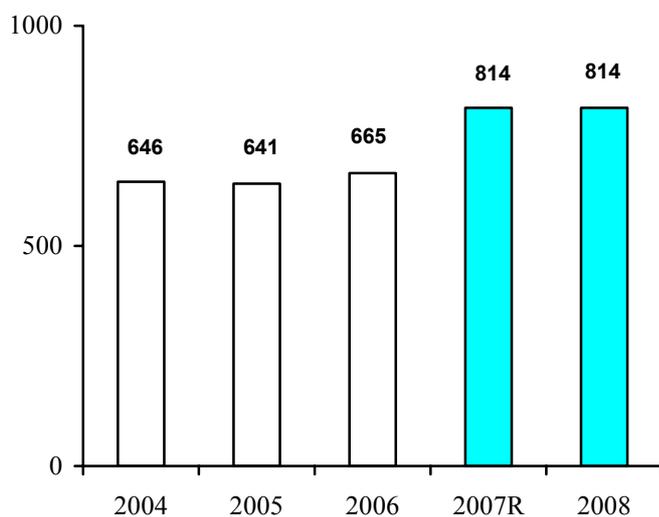
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les plantes fleuries en pot représentent :

- 36,6 % des sommes dépensées,
- 48,1% des entités.

## Evolution

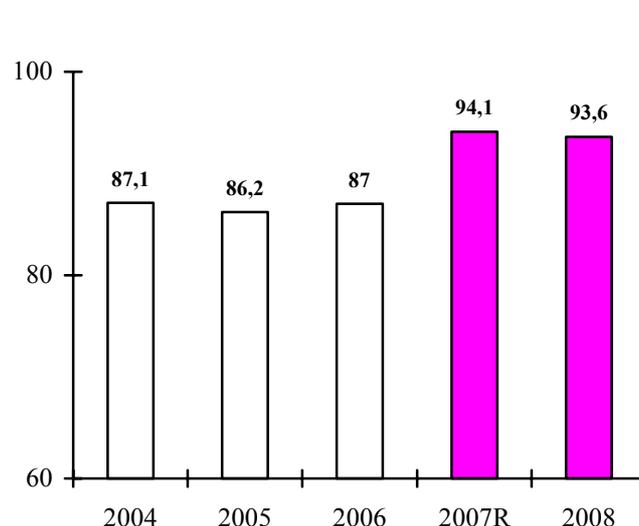
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Plantes fleuries</b>	814	36,6	0,0	93,6	48,1	- 0,5
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ</b>	2227	100	-2,1	194,4	100	-0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de plantes fleuries en pot vendues (en millions de pots)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

En 2008, les achats de plantes fleuries ont diminué légèrement en volume de -0,5 % avec 93,6 millions de pots et sont restés stables en valeur avec 814 millions d'euros.

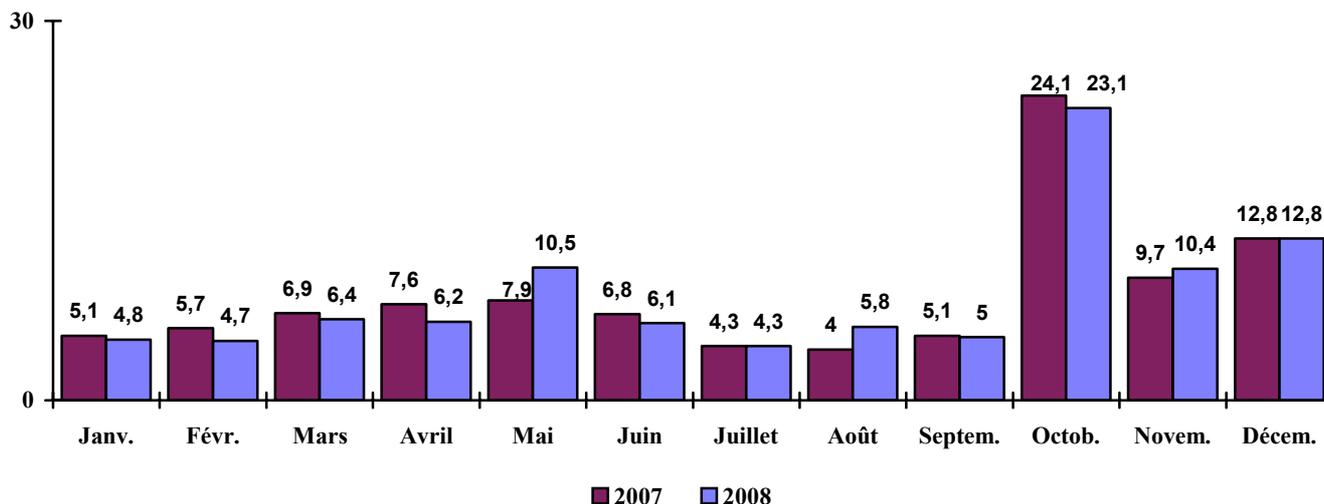
## Prix moyen d'achat

Prix moyen d'un achat de plantes fleuries en 2008 : 13,5 €.

Prix moyen du pot en 2008 : 8,7 €.

## Calendrier d'achat

Evolution en % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	41,5	46,4	56,2	61,9	64,3	55,4	35,0	32,6	41,5	196,2	79,0	104,2
2008	39,1	38,3	52,1	50,5	85,5	49,7	35,0	47,2	40,7	188,0	84,7	103,4

En raison des achats de chrysanthèmes pour la Toussaint, octobre reste le mois le plus fort en matière d'achat de plantes fleuries avec 23,1 % des sommes dépensées.

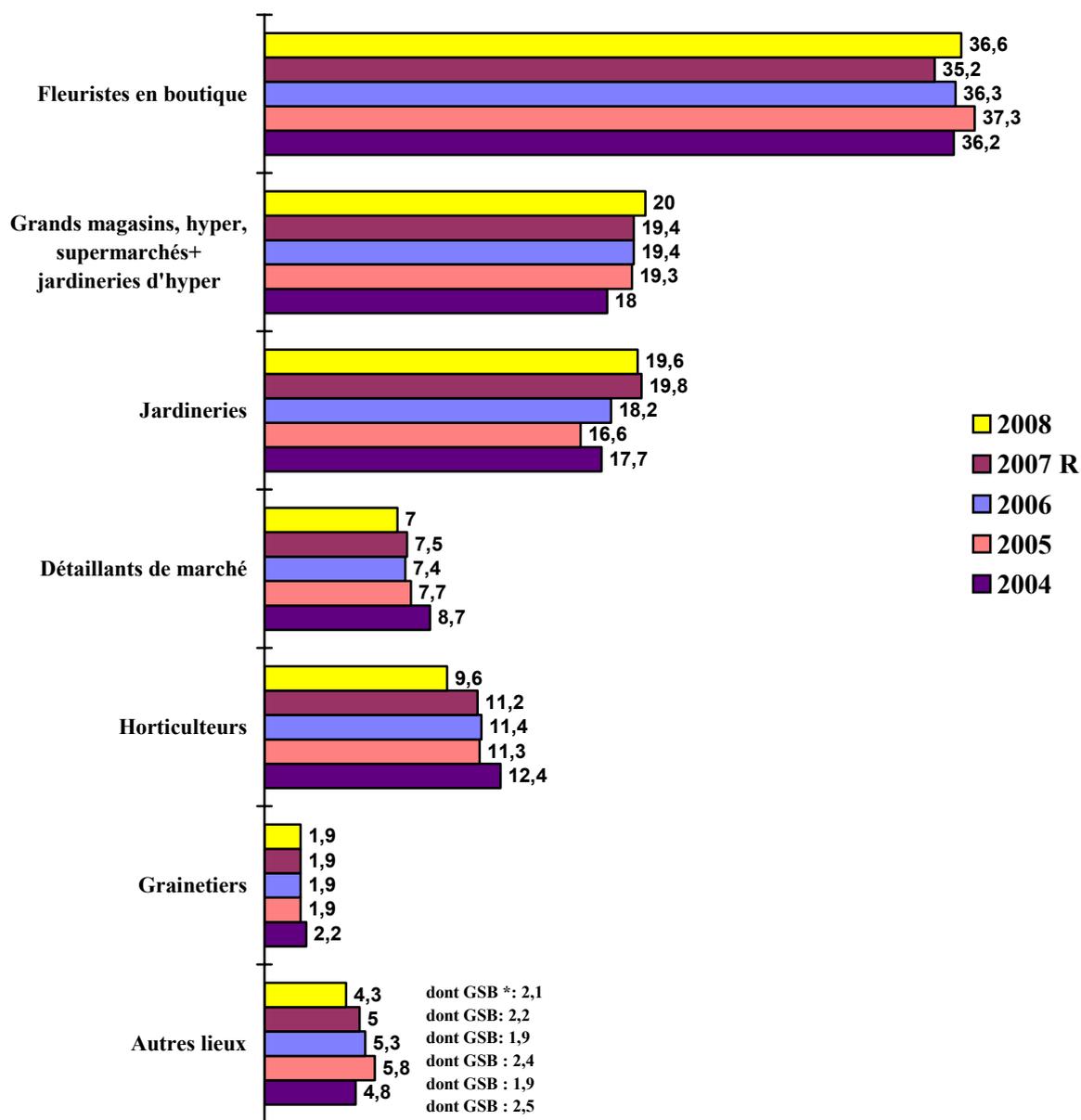
## Destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	16,7	17,1	16,5	18,4	20,0	41,7	41,7	43,1	43,1	45,9	41,6	41,2	40,4	38,5	34,1
Entités en %	24,0	25,5	24,6	27,3	26,8	29,9	30,9	32,5	30,0	34,1	46,1	43,6	42,9	42,7	39,1

Entre 2007 et 2008, les parts de marché des achats pour offrir progressent de 4,1 points en volume et de 2,8 points en valeur. Les parts de marché des achats pour soi diminuent de 0,5 point en volume et progressent de 1,6 pont en valeur. Les parts de marché des achats pour le cimetière diminuent en volume et en valeur.

# Lieux d'achat

Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



\* GSB : grande surface de bricolage

# Les espèces de plantes fleuries

Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées					Nombre de pots achetés				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Chrysanthème.....	27,4	29,2	28,9	26,5	21,6	27,1	28,8	27,7	25,9	24,2
Orchidée.....	9,8	11,4	13,1	15,8	20,5	4,6	5,3	6,8	7,3	11
Azalée.....	8,9	7,6	7,1	6,7	6	5,8	5,3	4,6	4,5	4,7
Cyclamen.....	7,1	6,8	7,6	8,3	5,1	6,7	6,6	7,8	8,4	6,4
Jacinthe.....	4,2	5,2	4,1	4,7	4,3	6,3	7,2	6,7	7,7	7,8
Bégonia.....	5,5	4,3	4,4	4,2	3	4,7	4,5	3,9	3,7	3,1
Rosier.....	3,0	3,5	3,7	3,1	2,9	2,8	2,7	3,3	2,6	2,7
Hibiscus.....	1,9	2,2	2,1	2,7	2,5	1,1	1,1	1,0	1,3	1,4
Hortensia.....	2,1	2,4	2,3	2,5	2,4	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3
Bruyère.....	3,3	3,3	2,7	3,1	1,9	5,0	5,1	3,9	3,7	2,9
Kalanchoé.....	3,0	3,2	2,9	3,4	1,9	3,5	3,2	3,1	3,7	2,5
Cactée.....	1,1	1,5	1,4	1,6	1,5	1,7	2,0	2,3	2,1	2,4
Poinsettia.....	1,5	2,2	1,9	2,1	1,5	1,2	1,6	1,6	1,7	1,9
Géranium.....	2,1	2,2	1,6	2,2	1,1	3,0	3,8	3,1	3,9	1,4
Primevère.....	1,5	1,6	1,4	1,4	1,1	3,8	3,6	3,3	3,2	2,8
Impatiens de Nouvelle Guinée.....	1,4	1,1	1,3	1,5	1,1	1,7	1,1	1,4	1,7	1,1
Saint-Paulia.....	0,7	0,7	0,5	0,6	0,6	0,9	1,1	0,7	0,9	0,7
Cinénaire.....	2,2	1,1	0,9	1,7	0,6	2,0	1,1	1,0	1,7	0,8
Gloxinia.....	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Bilbergia.....	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	*	*	0,1	0,1	0,1
Autres espèces.....	13,0	10,3	11,7	7,5	19,9	17,0	14,8	16,2	14,5	20,6
dont Muguet.....	3,1	2,9	3,0	2,7	1,9	3,4	3,4	3,7	3,0	2,6
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ.....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

En 2008, on note une progression des orchidées qui avec 11 % des volumes et 20,5 % des sommes dépensées prennent la 2<sup>ème</sup> place derrière les chrysanthèmes (en recul, à 24,2 % des volumes et 21,6 % des sommes dépensées). Viennent ensuite les jacinthes, les cyclamens et les azalées.

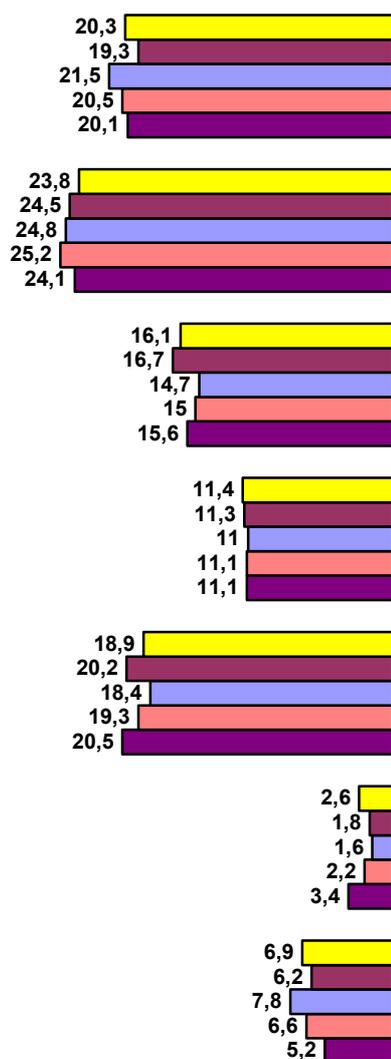
# Les chrysanthèmes

Sur le marché des plantes fleuries, les chrysanthèmes représentent :

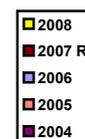
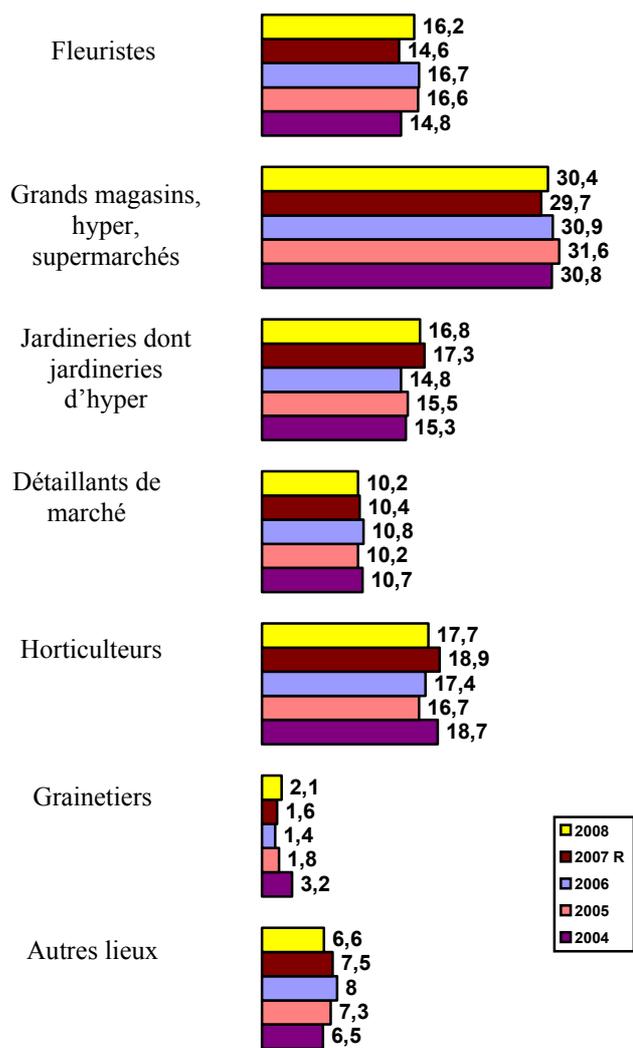
- 21,6 % des sommes dépensées,
- 24,2 % des pots achetés.

## Répartition des achats selon les lieux d'achat

Sommes dépensées en %



Nombre de pots achetés en %



Le marché des chrysanthèmes présente toujours la particularité d'avoir une répartition des achats selon les lieux d'achat beaucoup plus homogène que l'ensemble du marché des végétaux d'intérieur.

En 2008, en volume, 30,4 % des achats sont faits en grande distribution (+0,7 point), 17,7 % chez les producteurs (- 1,2 point), 16,8 % dans les jardineries (- 0,5 point), 16,2 % chez les fleuristes (+ 1,6 point).

## Répartition des achats selon la destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	1,6	1,8	1,8	1,8	1,7	0,6	0,6	2,1	0,6	0,7	97,8	97,6	96,1	97,7	97,7
Nbre de pots achetés en %	2,2	3,2	2,6	3,1	2,8	0,6	0,5	1,0	0,6	0,6	97,2	96,3	96,5	96,3	96,6

## *Les orchidées*

Sur le marché des plantes fleuries, les orchidées représentent en 2008 :

- 20,5 % des sommes dépensées,
- 11 % des pots achetés.

### Répartition des achats selon les lieux d'achat

	Volume (en %)	Valeur (en %)
Fleuristes	37,3	49,4
Grands magasins, hyper, supermarchés	25,5	22,9
Jardineries	24,6	16,7
Horticulteurs	3,4	3,6
Détaillants de marché	2,4	1,7
Grainetiers	1,5	1,6
Autres lieux (dont GSB et LISA)	5,3	4,1

### Répartition des achats selon la destination

	Pour soi	Pour offrir	Pour le cimetière
Sommes dépensées en %	25,7	73,6	0,7
Nbre de pots achetés en %	30,8	68,4	0,8

Les orchidées sont achetées en majorité pour offrir (73,6 %). Le circuit d'achat privilégié est le fleuriste pour 37 % des achats en volume et près de la moitié en valeur.

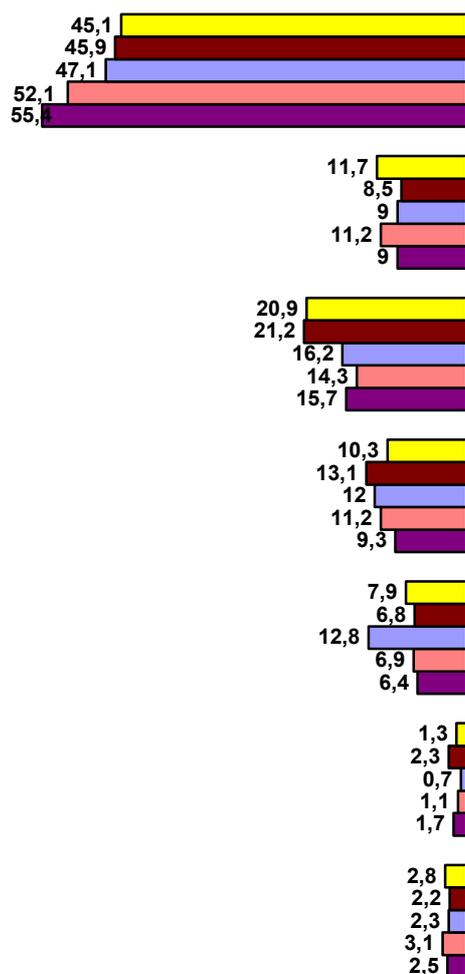
## Les azalées

Sur le marché des plantes fleuries, les azalées représentent :

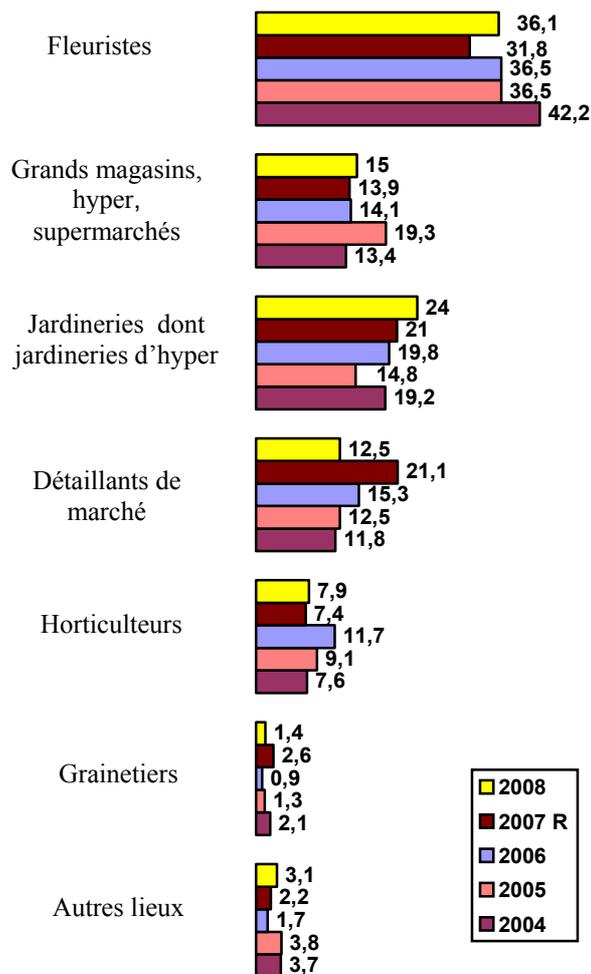
- 6,0 % des sommes dépensées,
- 4,7 % des pots achetés.

### Répartition des achats selon les lieux d'achat

Sommes dépensées en %



Nombre de pots achetés en %



Les fleuristes restent leader sur le marché des azalées. Ils gagnent + 4,3 points en volume mais perdent 0,8 point en valeur. En progression, les GMS (15 % des volumes et 11,7 % des valeurs) et les jardineries (24 % des volumes et 20,9 % des valeurs). En recul, les détaillants de marché.

## Répartition des achats selon la destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	19,4	17,2	22,1	22,2	24,4	65,8	69,2	66,0	60,8	62,4	14,8	13,6	11,9	17,0	13,1
Nbre de pots achetés en %	25,7	23,5	27,6	28,1	30,1	59,5	64,0	57,7	53,7	54,8	14,8	12,5	14,7	18,2	15,1

La part des azalées achetées pour offrir reste prédominante et progresse en 2008 de + 1,1 point en volume à 54,8 % et de +1,6 point en valeur à 62,4 %.

La part des achats pour soi gagne 2 points en volume à 30,1 % et 2,2 points en valeur à 24,4 %.

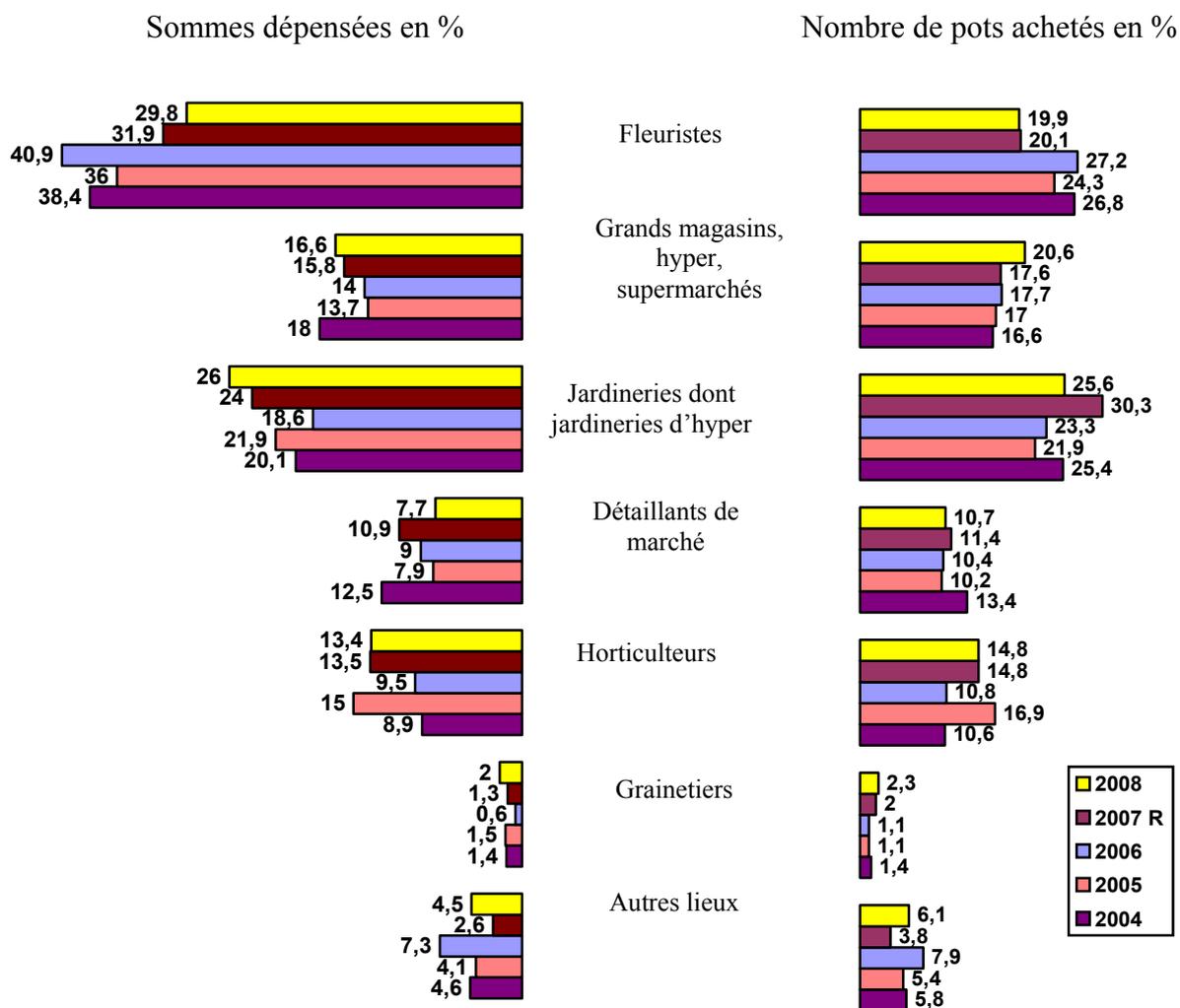
La part du cimetière régresse de 3,1 points en volume à 15,1 % et de 3,9 points en valeur à 13,1 %.

## Les cyclamens

Sur le marché des plantes fleuries, les cyclamens représentent :

- 5,1 % des sommes dépensées,
- 6,4 % des pots achetés.

### Répartition des achats selon les lieux d'achat



En volume, la 1<sup>ère</sup> place est occupée par les jardineries, devant les GMS et les fleuristes. En valeur ce sont les fleuristes qui se placent en tête devant les jardineries et les GMS.

### Répartition des achats selon la destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	18,8	18,9	19,5	22,0	22,8	50,8	45,8	38,2	40,1	40,6	30,4	35,3	42,3	37,9	36,6
Nbre de pots achetés en %	29,8	28,8	26,6	32,7	32,8	40,9	35,5	31,0	31,5	31,4	29,3	35,7	42,4	35,8	35,8

## LES PLANTES VERTES OU GRASSES EN POT

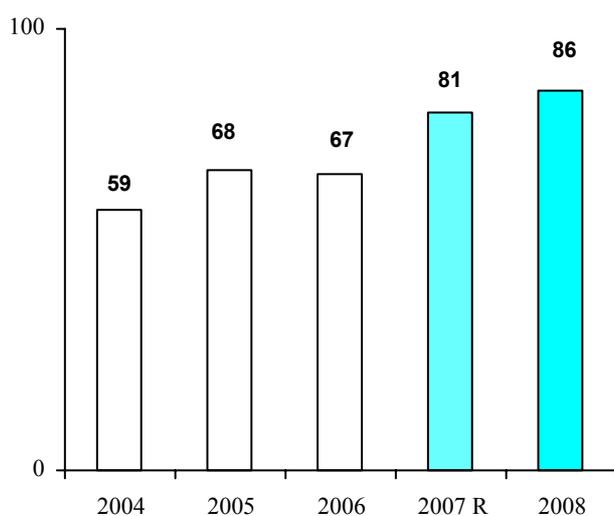
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les plantes vertes ou grasses en pot représentent :

- 3,9 % des sommes dépensées,
- 4,0 % des entités.

### Evolution

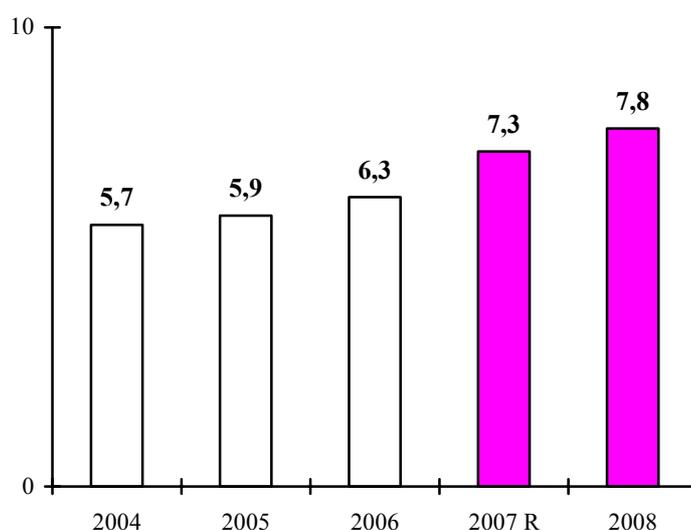
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Plantes vertes ou grasses</b>	86,4	3,9	+ 7,3	7,8	4,0	+ 6,5
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ</b>	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de plantes vertes ou grasses vendues (en millions de pots)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

En 2008, les plantes vertes et grasses en pot sont le seul segment qui progresse en volume (+6,5 %) et en valeur (+ 7,3 %).

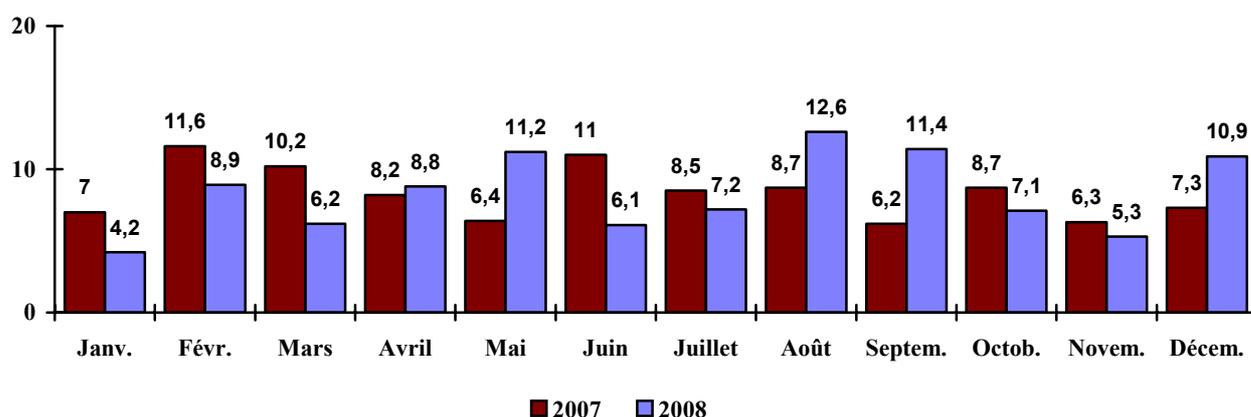
## Prix moyen d'achat

Prix moyen d'un achat de plantes vertes ou grasses en 2008 : 12,9 €.

Prix moyen du pot en 2008 : 11 €.

## Calendrier d'achat

*Evolution en % des sommes dépensées*



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	5,6	9,3	8,2	6,6	5,2	8,9	6,8	7,0	5,0	7,0	5,1	5,9
2008	3,6	7,7	5,4	7,6	9,7	5,3	6,2	10,9	9,8	6,1	4,6	9,4

La progression a été plus particulièrement marquée pour les mois de mai, août, septembre et décembre.

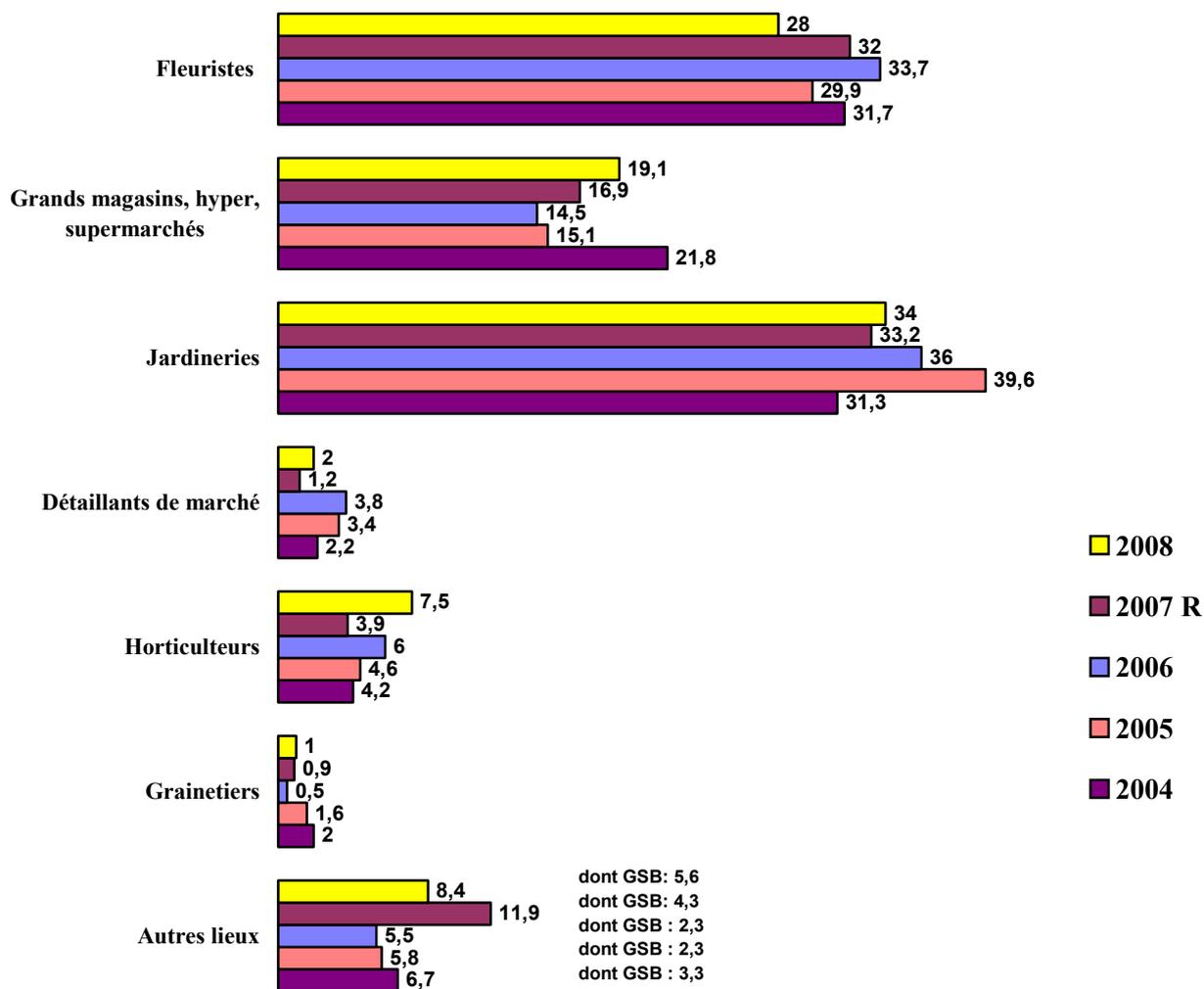
## Destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	48,9	46,9	52,1	50,7	58,5	47,6	46,7	42,2	47,3	39,8	3,5	6,4	5,7	2,0	1,8
Entités en %	61,6	58,6	59,0	59,6	66,9	31,8	35,1	35,5	36,1	30,2	6,6	6,3	5,5	4,3	2,9

En 2008, les achats pour soi ont progressé de + 7,3 points en volume à 66,9 % et de + 7,8 points en valeur à 58,5 %. A contrario, les achats pour offrir ont diminué de - 5,9 points en volume à 30,2 % et de - 7,5 points en valeur à 39,8 %.

# Lieux d'achat

Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



Les GMS progressent (+ 2,2 points de part de marché) de même que les jardineries (+0,8 point) au détriment des fleuristes (- 4 points). A noter les progressions des ventes sur l'exploitation et des ventes en GSB.

## *Les espèces de plantes vertes ou grasses*

### Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées					Nombre de pots achetés				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Ficus benjamina .....	15,6	14,8	14,4	16,2	20,1	11,0	11,7	13,0	12,7	16,8
Yucca .....	12,7	10,9	10,3	12,6	10,4	8,0	7,5	7,5	6,5	8,4
Caoutchouc .....	3,4	3,4	3,1	2,2	5,2	4,4	3,5	2,8	2,2	4,9
Lierre.....	2,1	2,0	4,8	2,3	2,6	2,7	4,8	7,6	6,0	3,8
Croton .....	1,0	1,0	0,8	0,4	0,6	1,2	0,9	0,9	0,4	0,5
Schefflera.....	1,3	0,6	0,8	0,1	0,4	0,9	0,6	0,8	0,3	0,4
Dieffenbachia.....	0,1	0,3	0,5	0,1	0,1	0,1	0,4	0,9	0,3	0,1
Autres espèces.....	63,8	67,0	65,3	66,1	60,6	7,7	70,6	66,5	71,6	65,1
<b>ENSEMBLE DU MARCHÉ .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Le poids prépondérant de la part des «autres espèces» dénote la grande diversité des espèces de plantes vertes dont les consommateurs ne connaissent pas les noms.

Le ficus, en progression de 4 points, occupe la première place (16,8 % des volumes et 20,1 % des valeurs) devant le yucca (8,4 % des volumes et 10,4 % des valeurs) et le caoutchouc, en progression, avec 4,9 % des volumes et 5,2 % des valeurs.

# LES FLEURS COUPEES VENDUES A LA PIECE OU EN BOTTE

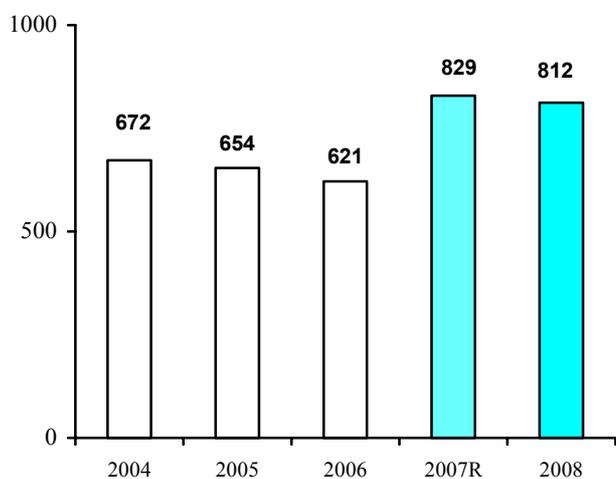
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les fleurs coupées à la pièce ou en botte représentent :

- 36,5 % des sommes dépensées,
- 39,6 % des entités.

## Evolution

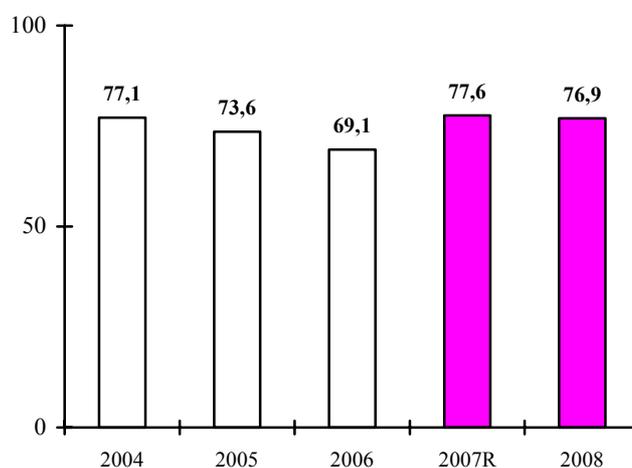
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Fleurs coupées à la pièce</b>	320	14,4	-2,4	19,6	10,1	-2,7
<b>Bottes de fleurs</b>	492	22,1	-1,8	57,3	29,5	-0,4
<b>Sous total : Fleurs coupées à la pièce et en botte</b>	812	36,5	-2,1	76,9	39,6	-1,0
Ensemble du marché	2227	100	-2,1	194,4	100	-0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



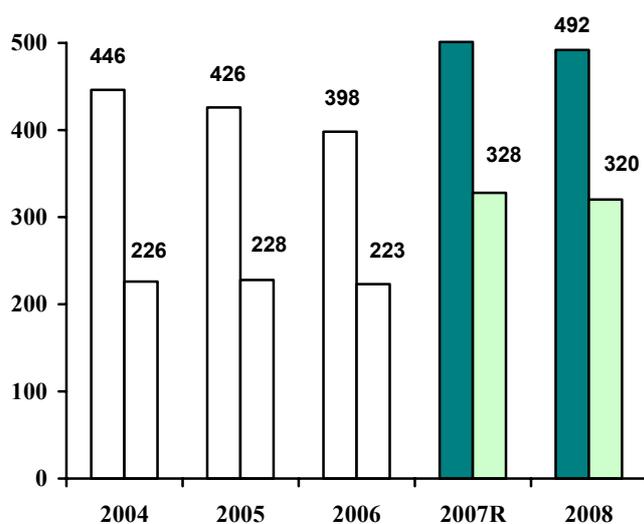
(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de bouquets de fleurs coupées et de bottes (en millions)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

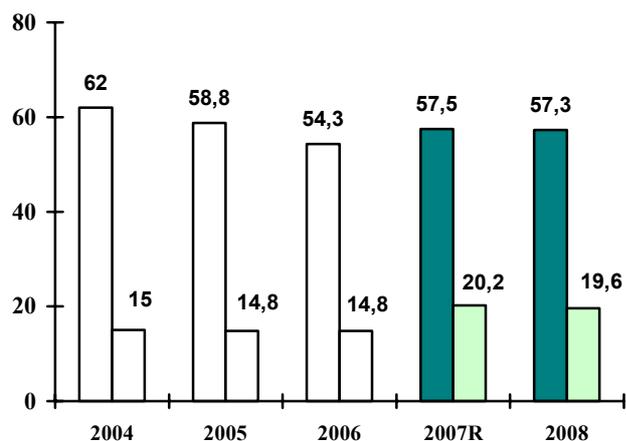
Evolution en sommes dépensées  
( en millions d'euros)



■ Bottes de fleurs ■ Bouquets de fleurs coupées à la pièce

(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre  
de bouquets vendus  
(en millions)



■ Nombre de bottes en millions

■ Nombre de bouquets de fleurs coupées à la pièce en millions

(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

En ce qui concerne les fleurs coupées achetées à la pièce, en 2008 19,6 millions d'entités ont été achetées (en repli de - 2,7%) pour une valeur de 320,3 millions d'euros (en repli de -2,4 %). En entités, la baisse est plus sensible pour les fleurs coupées plusieurs espèces (- 4,3 %) que pour les fleurs coupées une espèce (-2,3 %). Les dépenses se sont élevées à 172,7 millions d'euros pour les fleurs coupées une espèce (-9,2 %) et à 147,6 millions d'euros pour les fleurs coupées plusieurs espèces (+7,1 %).

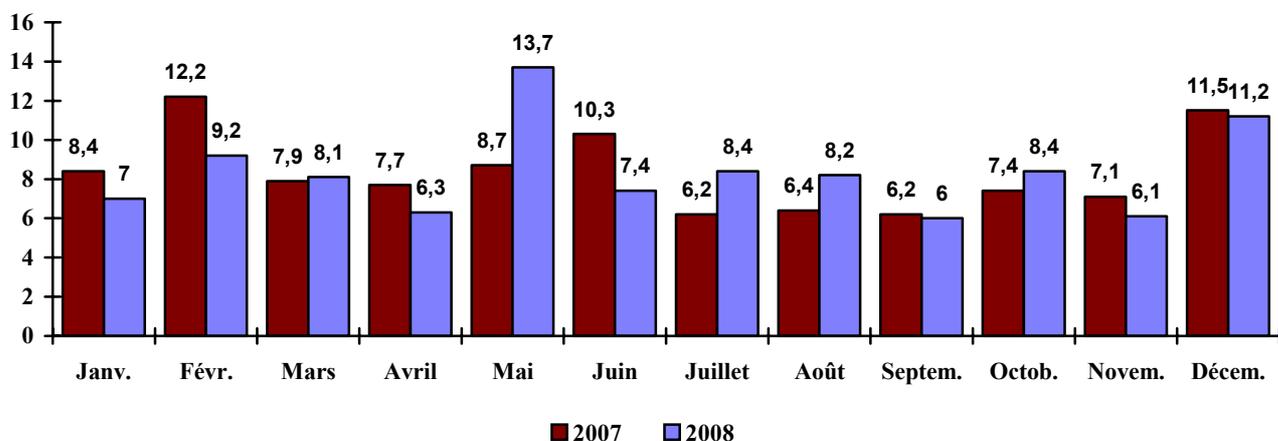
En volume, les achats de bottes toutes préparées sont en léger repli par rapport à 2007 avec 57,3 millions d'entités (-0,4%). En valeur, le repli est de -1,8 % avec 492 millions d'euros. Dans ce groupe, les bottes 1 espèce ont progressé (+15,2 % en entités et + 0,8 % en valeur), tandis que les bottes plusieurs espèces ont régressé (-20,2 % en volume et - 4,6 % en valeur).

## Prix moyen d'achat

	euro
Fleurs coupées	16,3
1 espèce	13,3
plusieurs espèces	22,3
Bottes	8,6
1 espèce	6,9
plusieurs espèces	11,6

# Calendrier d'achat des fleurs coupées achetées à la pièce et en bottes

En % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	69,6	101,1	65,5	63,8	72,1	85,4	51,4	53,1	51,4	61,3	58,9	95,3
2008	56,9	74,7	65,8	51,2	111,3	60,1	68,2	66,6	48,7	68,2	49,6	91,0

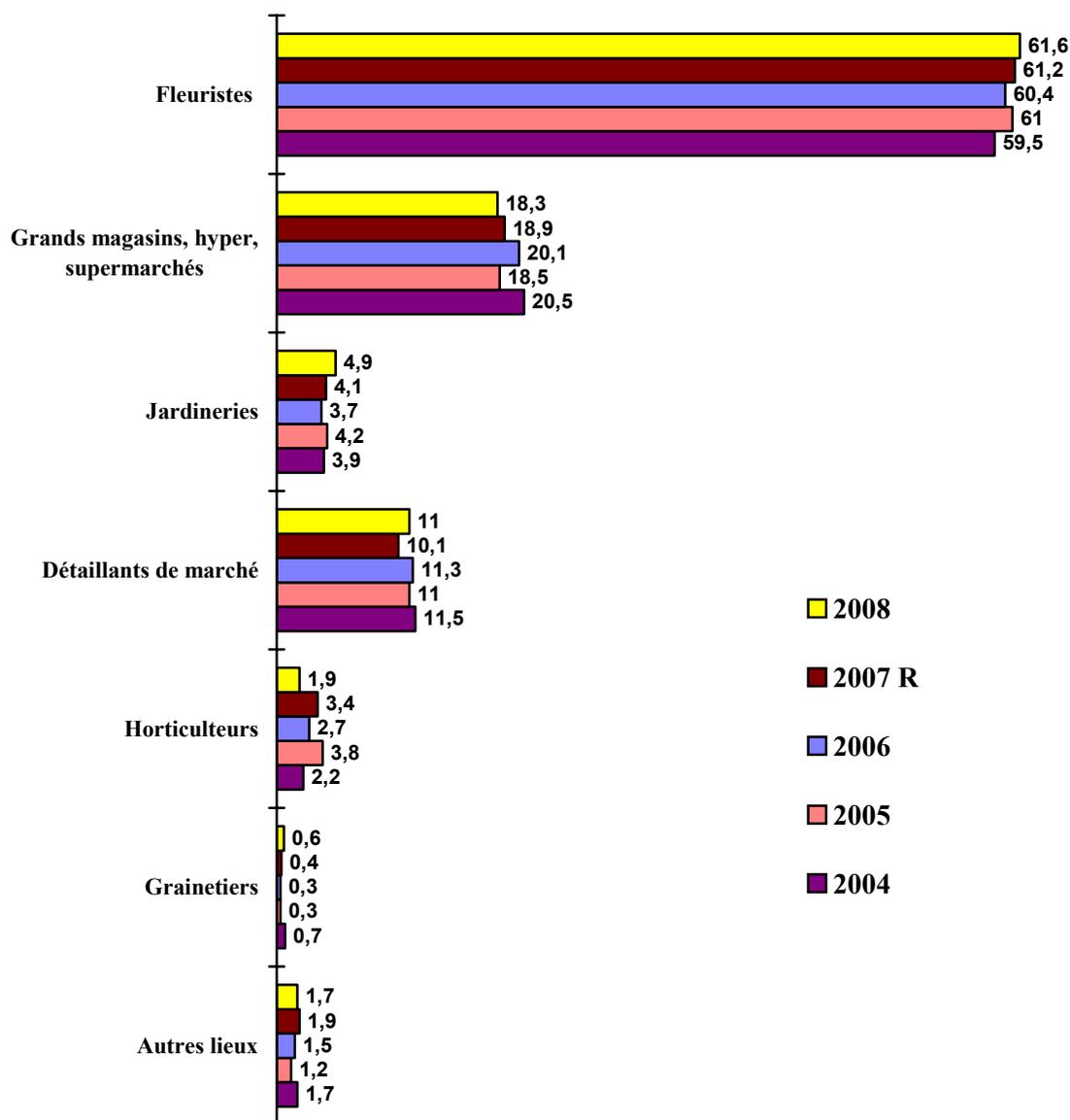
## Destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Sommes dépensées en %	21,7	22,0	21,9	21,6	19,9	68,5	68,4	68,8	68,8	72,7	9,7	9,6	9,3	6,9	7,4
Entités en %	33,3	30,8	33,0	30,3	33,1	56,8	59,6	57,8	60,6	60,1	9,9	9,6	9,2	7,4	6,8

Les fleurs coupées restent le plus fréquemment achetées pour offrir (60,1 % des volumes, 72,7 % des dépenses).

# Lieux d'achat

Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



On constate une augmentation des parts de marché des fleuristes (+ 0,4 point), des jardinerias (+ 0,8 point), des détaillants de marché (+ 0,9 point) et une diminution pour les producteurs (- 1,5 point) et les GMS (- 0,6 point).

# LES FLEURS COUPEES VENDUES A LA PIECE

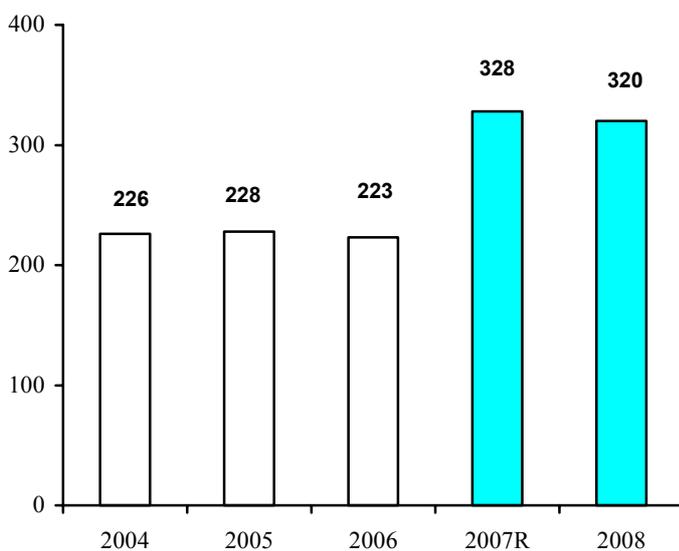
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les fleurs coupées vendues à la pièce représentent :

- 14,4 % des sommes dépensées,
- 10,1 % des entités.

## Evolution

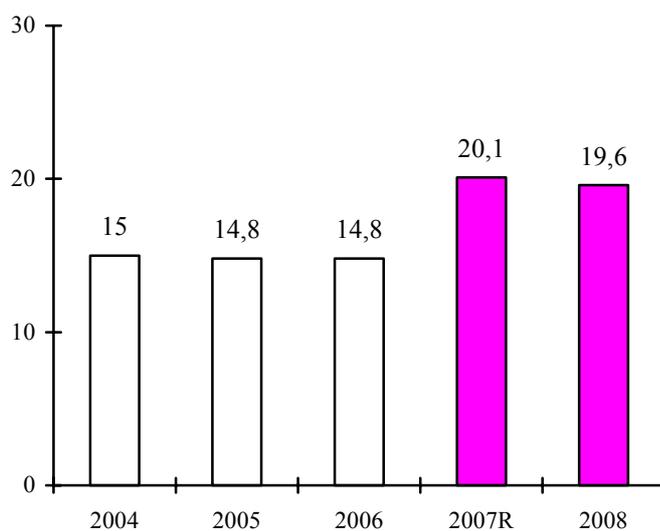
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Fleurs coupées à la pièce</b>	320	14,4	-2,4	19,6	10,1	-2,7
Ensemble du marché	2227	100	-2,1	194,4	100	-0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de bouquets de fleurs coupées à la pièce (millions)



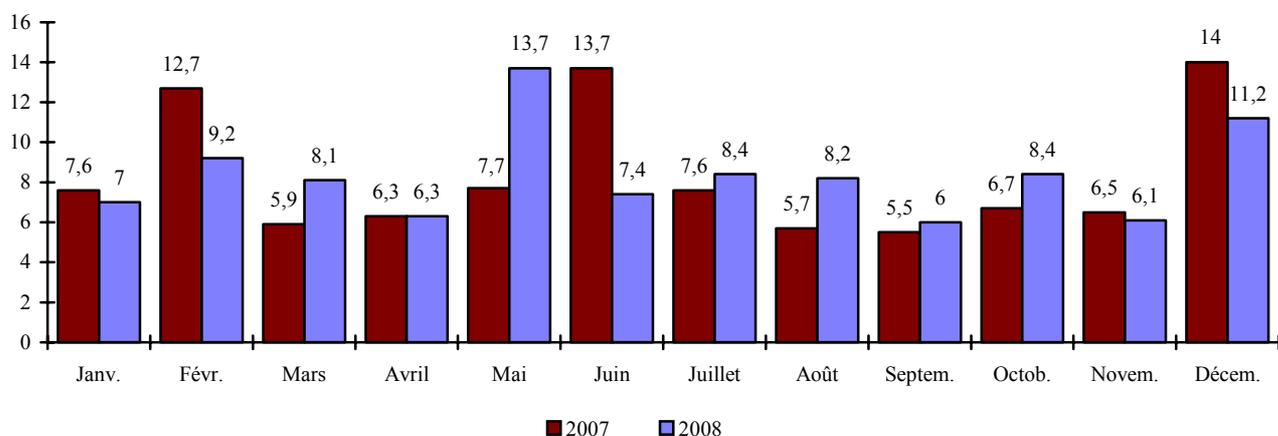
(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

## Prix moyen d'achat

	euro
Fleurs coupées	16,3
1 espèce	13,3
plusieurs espèces	22,3

# Calendrier d'achat

En % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.e	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	24,9	41,7	19,4	20,7	25,3	45,0	24,9	18,7	18,0	22,0	21,3	45,9
2008	22,4	29,5	25,9	20,2	43,9	23,7	26,9	26,3	19,2	26,9	19,5	35,9

L'inversion constatée sur les mois de mai et juin correspond au fait que la fête des mères 2007 était en juin.

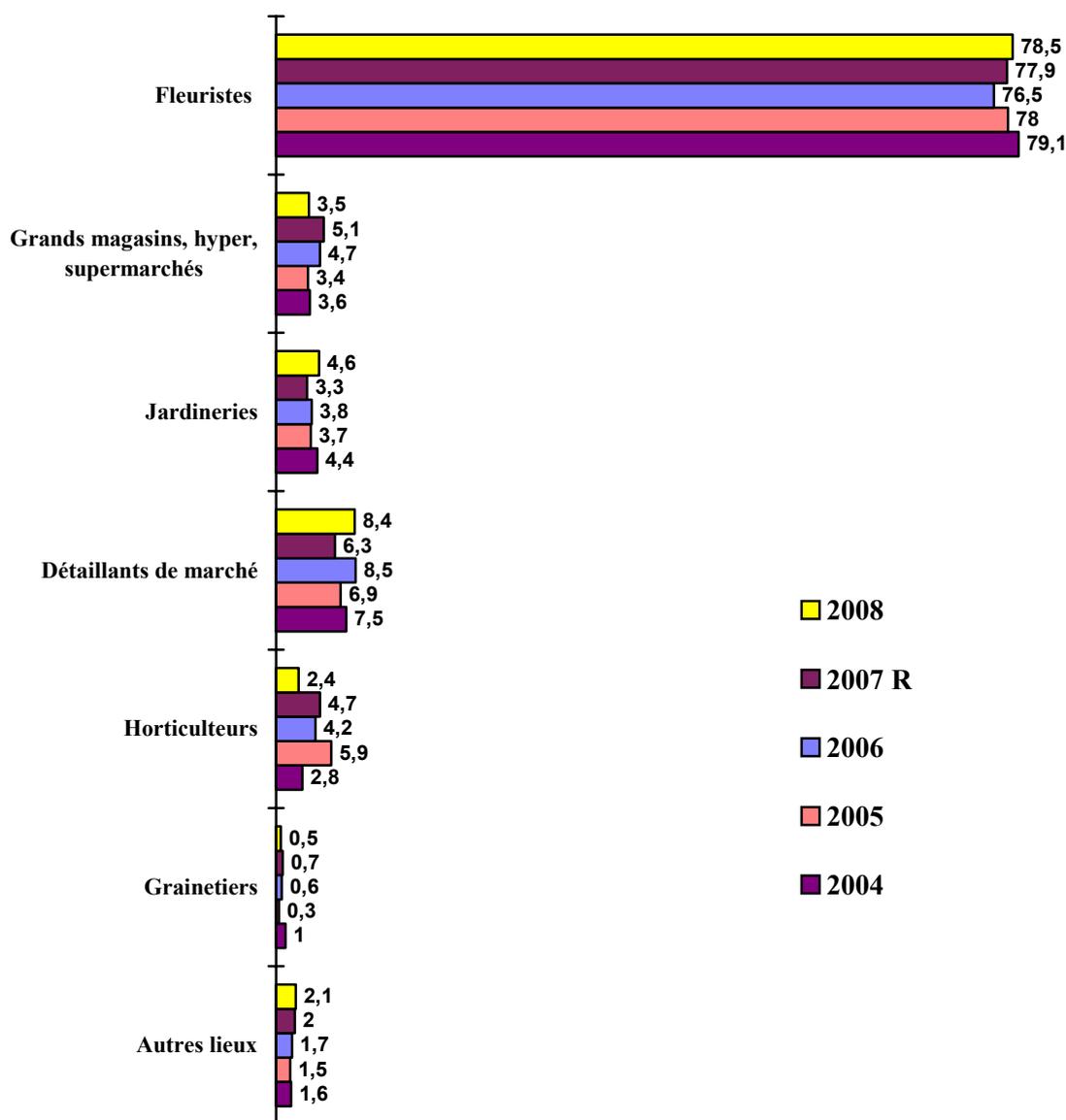
## Destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Sommes dépensées en %	11,4	16,8	15,3	14,3	12,1	80,0	73,8	74,8	77,5	80,5	8,6	9,4	9,9	8,2	7,4
Entités en %	18,8	19,2	20,4	19,7	18,6	75,0	73,0	71,8	73,7	75,5	6,2	7,8	7,8	6,6	5,9

Les fleurs coupées à la pièce sont majoritairement achetées pour offrir, destination qui progresse en 2008 de 1,8 point en volume avec 75,5 % et de 3 points en valeur avec 80,5 %.

# Lieux d'achat

Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



Les fleuristes sont largement leaders sur ce marché avec 78,5 % de part de marché (- 1,4 point/2007). La part des détaillants de marché, second lieu d'achat, progresse de 2,1 points à 8,4 %.

## *Les bouquets de fleurs coupées à la pièce d'une seule espèce*

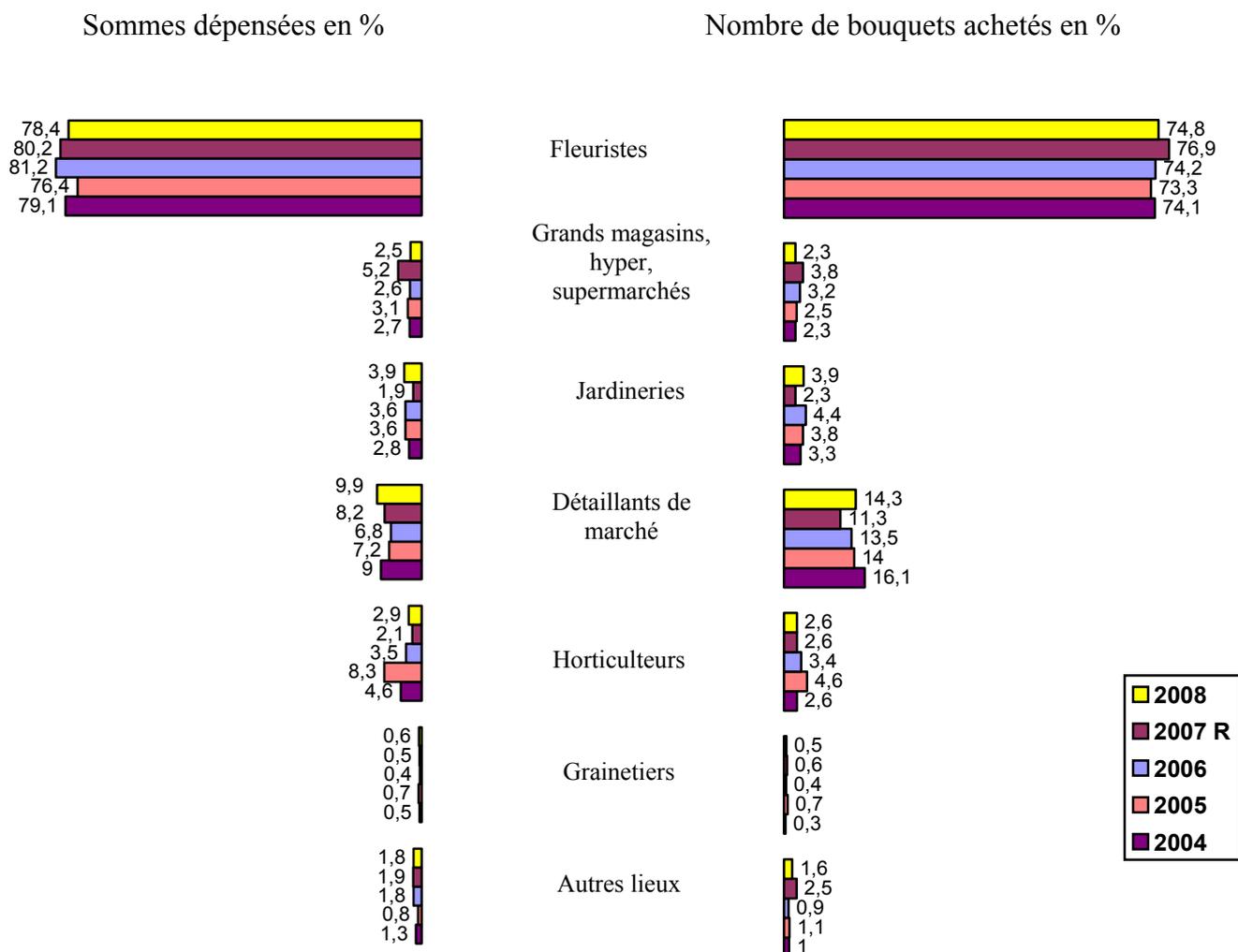
Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées					Nombre de bouquets achetés				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Rose .....	68,1	69,3	70,5	66,2	69,2	65,1	64,1	65,3	60,7	64,7
Lys .....	2,5	3,5	5,5	5,5	5,7	2,8	4,0	5,8	6,0	5,5
Orchidée.....	5,8	7,4	6,9	11,2	4,8	6,2	7,1	6,5	9,1	5,2
Tulipe .....	3,3	2,7	2,4	3,3	2,3	4,1	4,1	3,2	4,5	2,9
Œillet.....	1,0	1,6	0,7	1,4	1,8	1,7	1,9	1,2	1,8	2,6
Amaryllis .....	0,8	1,5	0,9	2,1	1,8	0,7	1,6	0,9	1,9	1,9
Pivoine .....	0,6	0,7	0,3	0,7	1,8	0,6	0,6	0,4	0,9	1
Gerbera.....	0,8	0,9	0,6	0,7	1,6	0,9	1,5	0,7	1,2	1,9
Glaïeul.....	1,0	2,1	1,3	1,4	1,5	1,5	1,4	2,2	2,2	2
Chrysanthème / marguerite .....	1,0	1,4	2,0	1	1	1,1	1,3	2,0	1,1	1
Autres espèces.....	15,1	8,9	8,9	5,5	8,2	15,3	12,4	11,8	10,6	10,9
dont Muguet .....	2,4	1,3	1,3	1,0	1,2	4,0	2,7	2,2	1,9	2,4
<b>Ensemble des espèces .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Pour les bouquets homogènes, la rose progresse en volume à 64,7 % et en valeur à 69,2 % devant le lys (5,5 % des volumes et 5,7 % des valeurs), l'orchidée (qui régresse à 5,2 % en volume et 4,8 % en valeur) et la tulipe (2,9 % des volumes et 2,3 % des valeurs).

# Les roses achetées à la pièce

## Répartition des achats selon les lieux d'achat



Les fleuristes sont largement leaders sur le marché de la rose. En 2008, leur part de marché a cependant diminuée de 2,1 points en volume à 74,8 % et de 1,8 point en valeur à 78,4 %.

La part des détaillants de marché, second lieu d'achat de roses après les fleuristes en boutique, a progressé de 3 points en volume à 14,3 % et de 1,7 point en valeur à 9,9 %.

## Répartition des achats selon la destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Sommes dépensées en %	11,7	13,3	9,8	9,3	13,6	78,8	77,5	81,9	82,7	80,6	9,5	9,2	8,3	8,0	5,8
Nbre de bouquets achetés en %	18,1	12,9	15,0	13,7	17,0	74,9	78,8	78,5	79,0	76,7	7,0	8,3	6,5	7,3	6,3

Les roses à la pièce sont très majoritairement achetées pour offrir. En 2008, cette destination a diminué de - 2,3 points en volume à 76,7 % et de 2,1 points en valeur à 80,6 % au profit des achats pour soi qui gagnent 3,3 points en volume à 17 % et 4,3 points en valeur à 13,6 % .

# LES BOTTES DE FLEURS

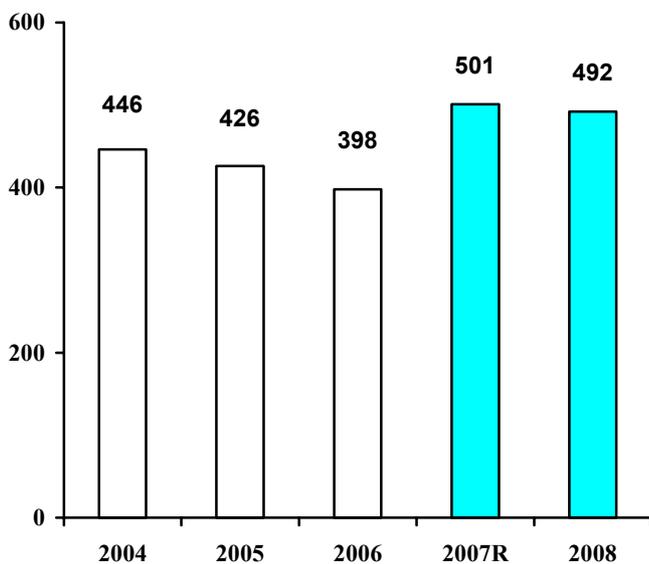
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les bottes de fleurs représentent :

- 22,1 % des sommes dépensées,
- 29,5 % des entités.

## Evolution

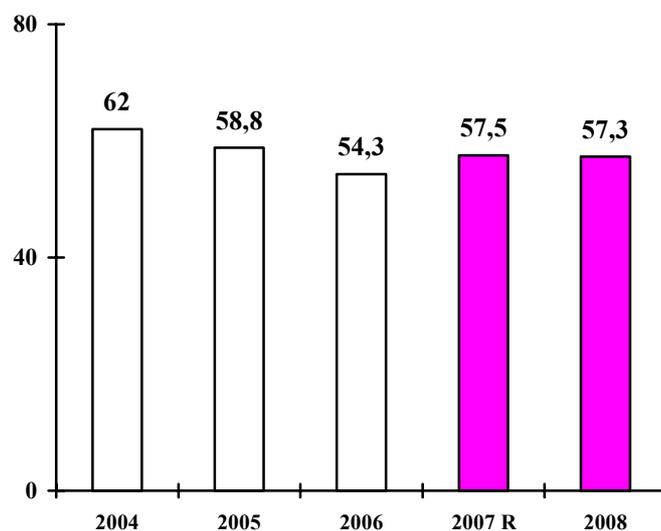
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Bottes de fleurs</b>	492	22,1	-1,8	57,3	29,5	-0,4
Ensemble du marché	2227	100	-2,1	194,4	100	-0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de bottes (millions)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

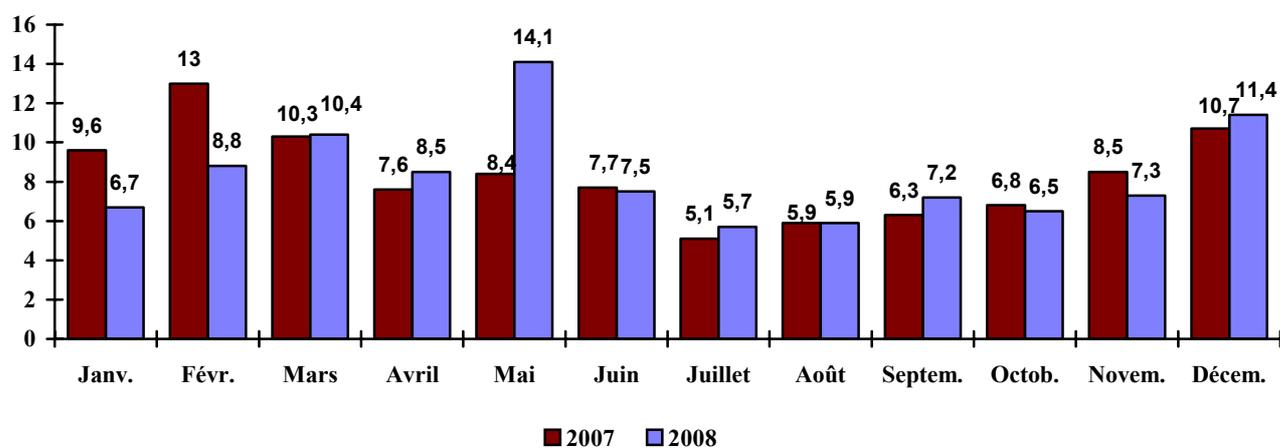
L'année 2008 a vu une quasi-stabilité des achats de bottes de fleurs en volume (- 0,4 %) avec 57,3 millions de bottes et une légère baisse en valeur (- 1,8 %) avec 492 millions d'euros.

## Prix moyen d'achat

	euro
Botte	8,6
1 espèce	6,9
plusieurs espèces	11,6

## Calendrier d'achat

En % de sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	48,1	65,1	51,6	38,1	42,1	38,6	25,6	29,6	31,6	34,1	42,6	53,6
2008	33,0	43,3	51,2	41,8	69,4	36,9	28,1	29,0	35,4	32,0	35,9	56,1

## Destination

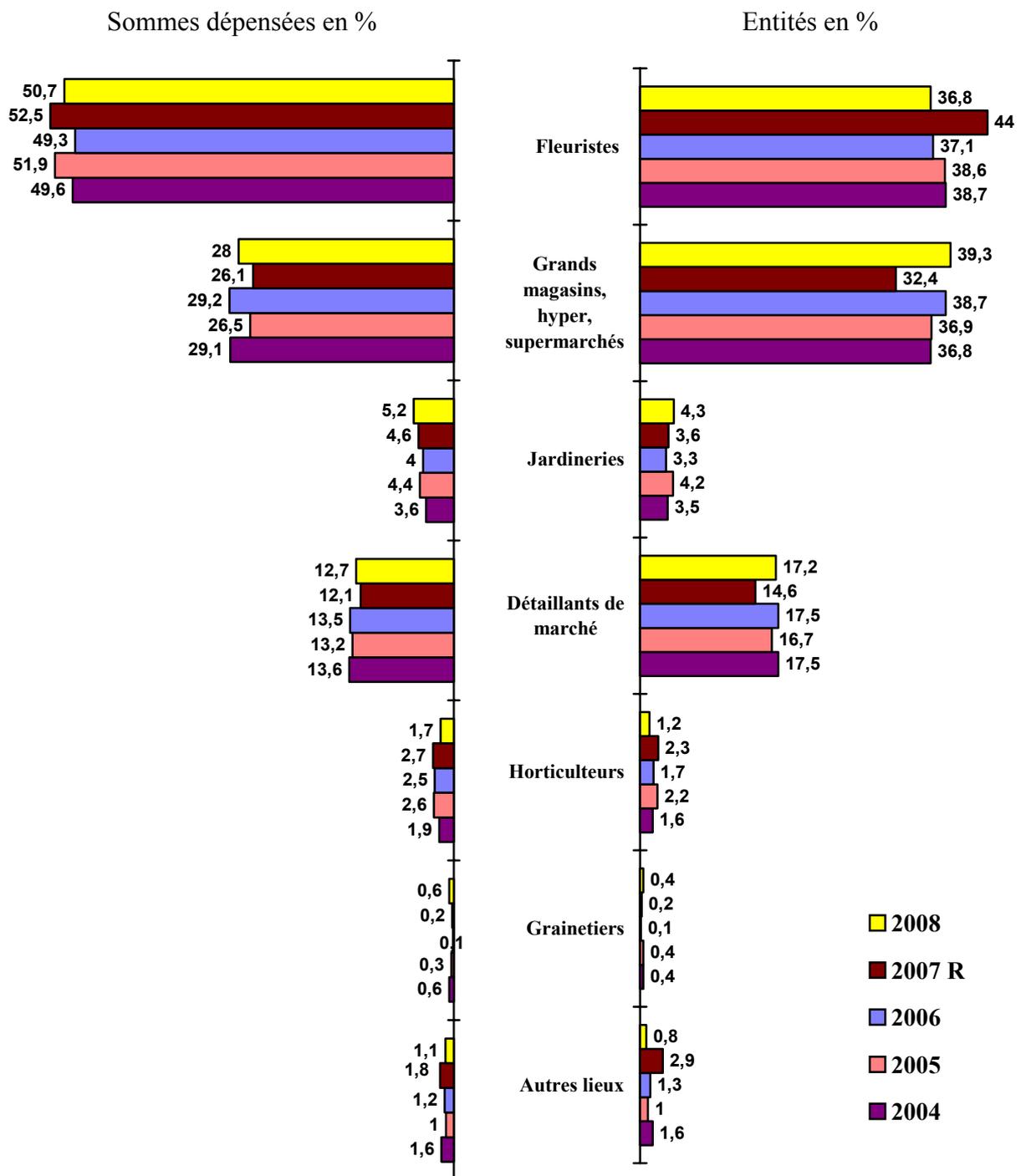
	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Sommes dépensées en %	26,9	26,2	26,6	25,4	25,0	62,8	63,6	64,4	65,4	67,6	10,3	10,2	9,0	10,3	7,4
Entités en %	36,8	34,4	36,4	32,7	38,1	52,4	55,5	54,1	57,8	54,8	10,8	10,1	9,5	9,5	7,1

Les achats pour offrir perdent 3 points en volume à 54,8 % et gagnent 2,2 points en valeur à 67,6 %.

La part des achats pour soi progresse de 5,4 points en volume à 38,1 % et perd 0,4 point en valeur à 25,0 %, quant à la part des achats pour le cimetière, elle régresse en volume et en valeur.

# Lieux d'achat

## Evolution de la part des lieux d'achat



En volume, les GMS progressent de +6,9 points et prennent la première place à 39,3 % devant les fleuristes (- 7,2 points) à 36,8 % et les détaillants de marché en progression à 17,2 %.

En valeur, les fleuristes demeurent en tête avec 50,7 % devant les GMS à 28 % et les détaillants de marché à 12,7 %.

## *Les bottes d'une seule espèce*

### Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées					Nombre de bottes achetées				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Rose .....	43,1	44,5	45,6	46,9	48,1	37,7	39,1	41,3	41,8	42,6
Tulipe .....	13,9	12,3	12,5	12,6	12,3	15,9	15,3	14,6	15,0	14,8
Œillet.....	9,7	9,0	8,8	7,6	6,7	12,7	10,8	12,2	10,2	9,3
Lys .....	2,2	3,1	2,3	3,1	3,7	2,4	2,4	1,7	2,6	2,9
Orchidée.....	2,0	2,7	1,6	2,7	3,1	1,1	1,4	1,2	1,5	1,8
Chrysanthème / marguerite .....	3,6	3,0	3,5	2,8	3	4,2	3,6	3,5	3,1	3,5
Pivoine.....	0,8	1,7	1,8	1,6	2,4	0,7	1,2	1,1	1,3	1,9
Glaïeul.....	2,0	2,0	2,7	1,8	1,9	2,3	2,5	2,5	2,1	2,3
Narcisse, jonquille.....	1,2	1,5	0,8	1,6	1,5	2,1	2,1	1,8	1,9	1,8
Anémone .....	1,1	1,4	2,5	1,1	1,4	1,5	1,8	2,0	1,5	1,8
Freesia.....	1,2	0,8	0,9	1,1	1,1	1,5	1,2	1,0	1,4	1,2
Mimosa .....	1,4	1,5	0,8	0,8	1	2,0	2,5	1,3	1,5	1,8
Tokyo .....	1,2	0,9	1,1	0,8	0,7	1,2	1,1	1,1	0,8	0,7
Iris .....	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,8	0,7	0,5	0,4	0,5
Autres espèces.....	16,0	15,2	17,1	15,2	12,7	13,9	14,3	14,2	14,9	13,1
dont Muguet .....	2,9	1,3	1,9	1,7	2,2	2,6	2,4	1,8	2,1	2
<b>Ensemble des espèces .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Les roses restent l'espèce la plus prisée. La part des bottes de roses gagne 0,8 point en volume avec 42,6 % et 1,2 point en valeur avec 48,1 %.

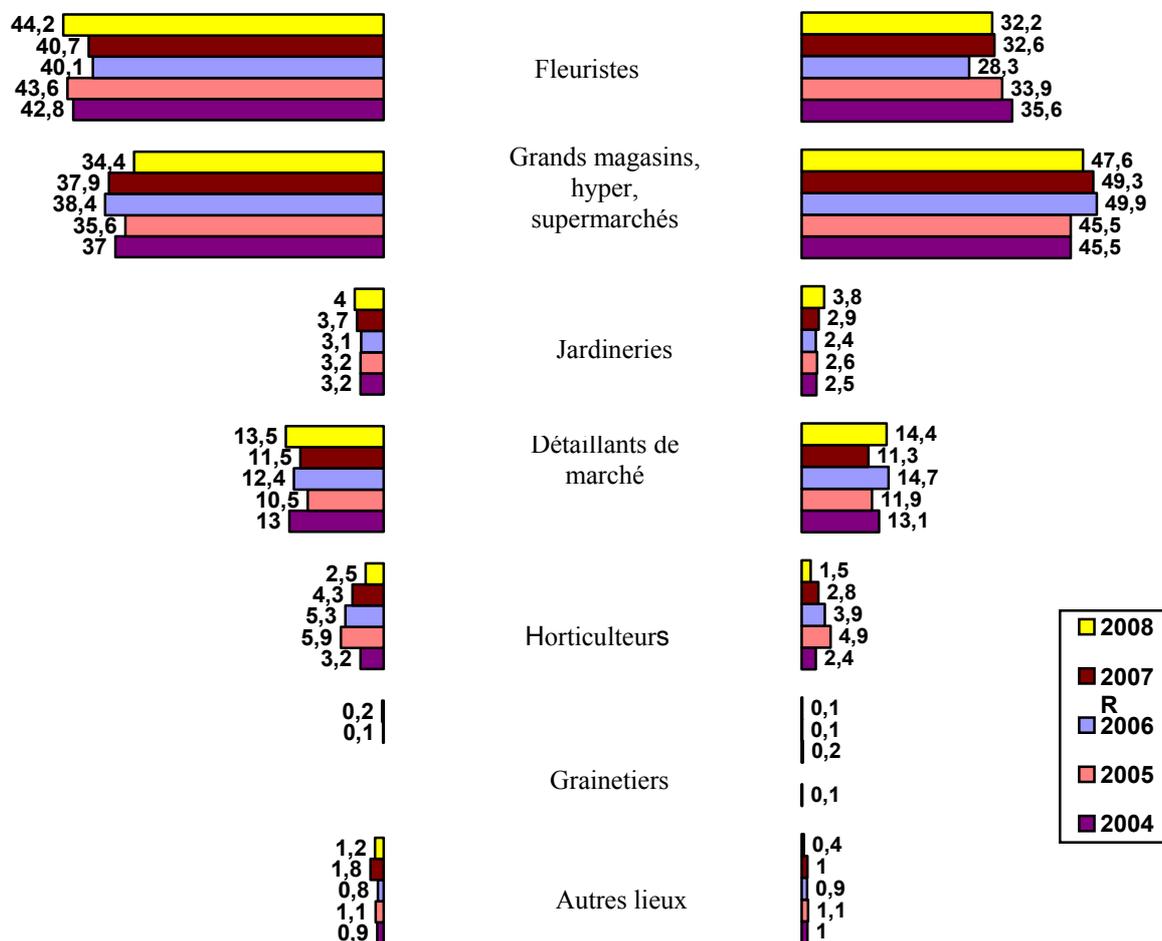
Les bottes de tulipes arrivent en 2<sup>ème</sup> position avec une part de marché de 14,8 % en volume (- 0,2 point) et de 12,3 % en valeur (- 0,3 point) devant les bottes d'œillets qui régressent de 0,9 point en volume avec 9,3 % et de 0,9 point en valeur avec 6,7 %.

# Les roses en bottes

## Répartition des achats selon les lieux d'achat

Sommes dépensées en %

Nombre de bottes achetées en %



En 2008, presque la moitié des achats de bottes de roses sont faits en hyper/supermarchés qui perdent cependant 1,6 point en volume avec 47,6 % pour 34,4 % des dépenses (- 3,5 points).

Les fleuristes, quant à eux sont stables en volume à 32,2 % et gagnent 3,5 points en valeur à 44,2 %. La part des détaillants de marché est en progression à 14,4 % des volumes et à 13,5 % des valeurs.

## REPARTITION DES ACHATS SELON LA DESTINATION

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Sommes dépensées en %	29,7	28,8	30,6	30,7	28,8	62,9	61,0	61,9	63,1	63,8	7,4	10,2	7,5	6,1	7,4
Entités en %	36,9	33,6	40,1	37,9	39,2	54,7	55,8	51,6	55,1	54,7	8,4	10,6	8,8	7,0	6,1

Les achats pour offrir perdent 0,4 point en volume à 54,7 % et gagnent 0,7 point en valeur à 63,8 %. Les achats pour soi progressent de 1,3 point en volume à 39,2 % et diminuent de 1,9 point en valeur à 28,8 %.

## *Associations dans les bouquets de plusieurs espèces*

Actes d'achat en 2008 (en % horizontaux)

1 2	Chry- santhème/ Marguerite	Gerbera	Glaïeul	Gyp- sophile	Iris	Lys	Œillet	Rose	Tokyo	Tulipe
Chrysanthème / marguerite .....	100,0	7,4	-	4,1	3,2	6,0	7,5	2,9	4,7	0,9
Gerbera.....	18,3	100,0	8,3	8,7	7,6	8,2	7,4	13,3	15,6	7,9
Glaïeul.....	-	0,7	100,0	-	4,1	1,7	0,9	0,8	-	-
Gypsophile.....	5,2	4,5	-	100,0	2,5	3,1	4,2	9,2	2,1	4,1
Iris.....	1,9	1,9	11,8	1,2	100,0	1,7	2,3	3,0	0,8	6,6
Lys.....	18,1	10,0	24,6	7,3	8,6	100,0	6,3	19,1	7,3	1,9
Œillet.....	10,5	4,2	6,2	4,6	5,3	2,9	100,0	5,9	11,7	3,6
Rose.....	24,2	44,2	32,8	59,0	40,8	52,1	34,7	100,0	29,3	34,3
Tokyo.....	2,7	3,6	-	1,0	0,8	1,4	4,8	2,1	100,0	1,2
Tulipe.....	0,9	3,0	-	3,0	10,2	0,6	2,4	3,9	1,9	100,0

1 Première espèce précisée

2 Deuxième espèce précisée

L'association Rose/Gypsophile reste la plus appréciée. Viennent ensuite les associations de roses et de lys, de roses et de gerbera et de roses et d'iris.

# Les coupes et compositions florales

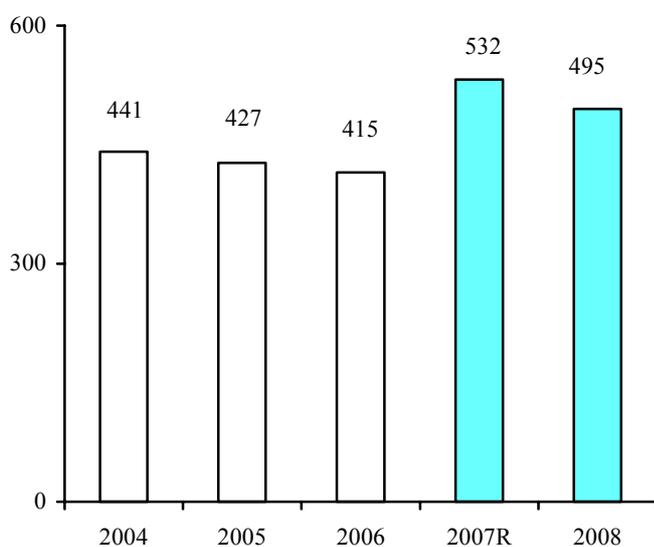
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les coupes, bacs et compositions florales représentent :

- 22,2 % des sommes dépensées,
- 7,9 % des entités.

## Evolution

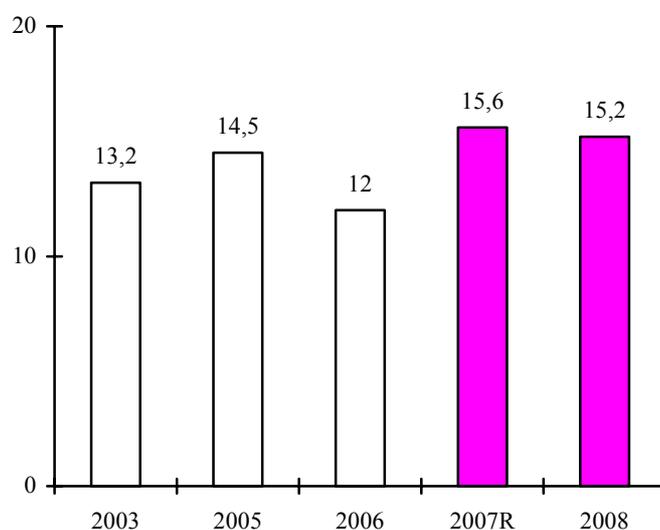
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Coupes ou bacs</b>	145	6,5	-7,1	6,3	3,3	- 1,3
<b>Compositions florales</b>	350	15,7	- 6,8	8,9	4,6	- 4,0
<b>Sous Total : Coupes, bacs, compositions florales</b>	495	22,2	- 6,9	15,2	7,9	- 2,9
<b>Ensemble du marché</b>	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en nombre de coupes, bacs et compositions florales (en millions)



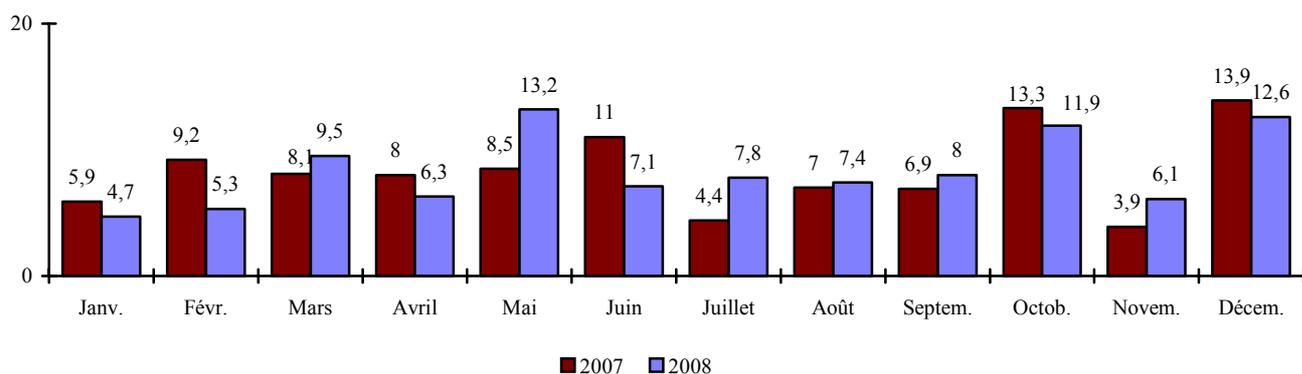
(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

# Prix moyen d'achat

	euro
Coupe ou bac de plantes	26,7
Composition florale	41,3

## Calendrier

En % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2007 R	31,4	48,9	43,1	42,5	45,2	58,5	23,4	37,2	36,7	70,7	20,7	73,9
2008	23,3	26,2	47,0	31,2	65,3	35,1	38,6	36,6	39,6	58,9	30,2	62,4

Rappel : en 2007 la fête des mères était en juin.

## Destination

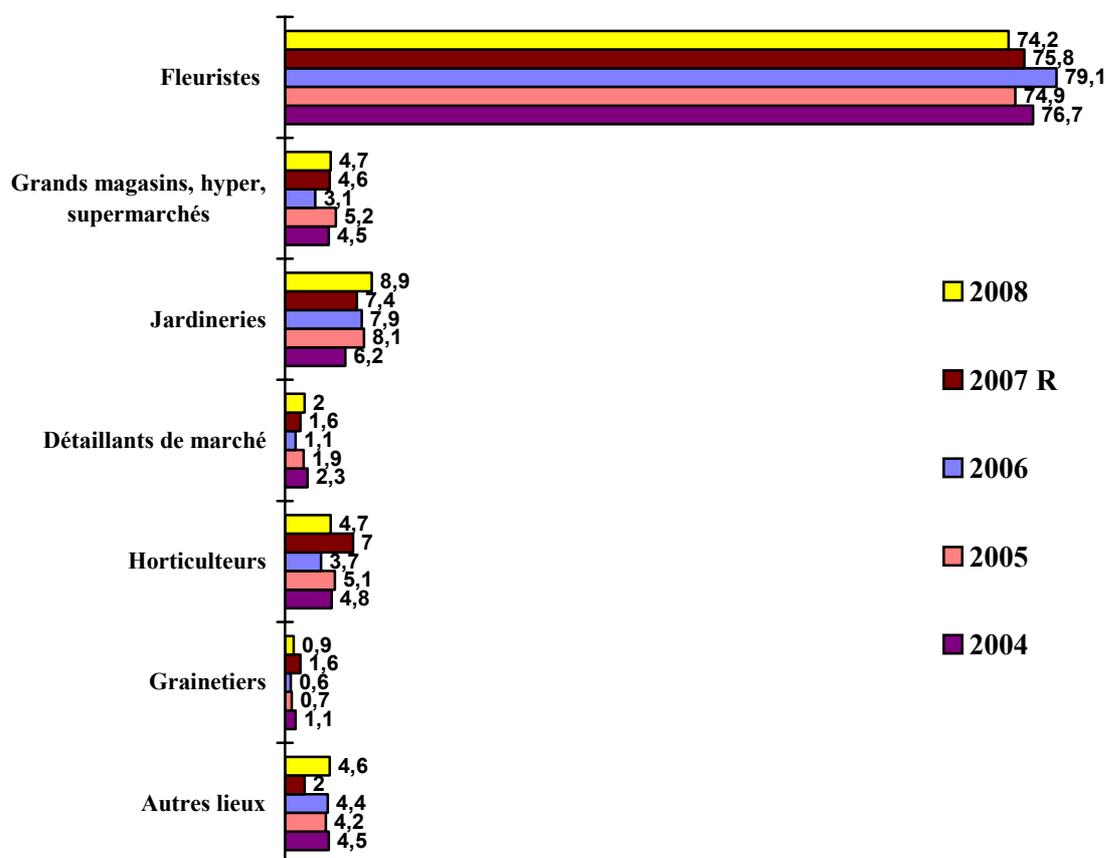
	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Sommes dépensées en %	2,5	3,4	2,6	3,2	4,0	47,4	50,8	47,7	46,4	51,0	50,1	45,8	49,8	50,4	45,0
Entités en %	3,7	3,9	3,6	4,4	5,5	58,1	62,0	61,0	57,8	61,2	38,2	34,1	35,3	37,8	33,4

Augmentation de la part de marché pour offrir, en volume à 61,2 % (+3,4 points) et en valeur à 51 % (+3,6 points).

La part de marché de la destination cimetière diminue de 4,4 points en volume à 33,4 % et de 5,4 points en valeur à 45 %.

# Lieux d'achat

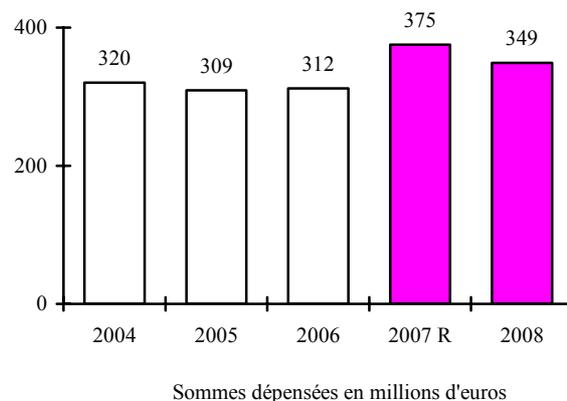
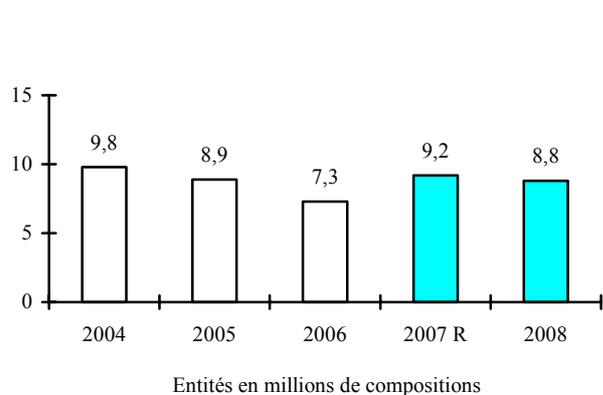
Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



Les coupes, bacs et compositions florales sont achetés très majoritairement chez les fleuristes (74,2 % des dépenses).

# Les catégories de produits

## Compositions florales

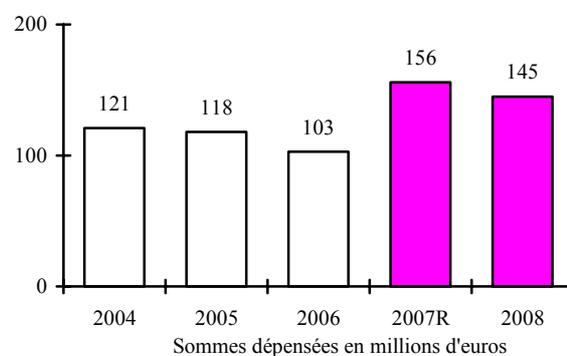
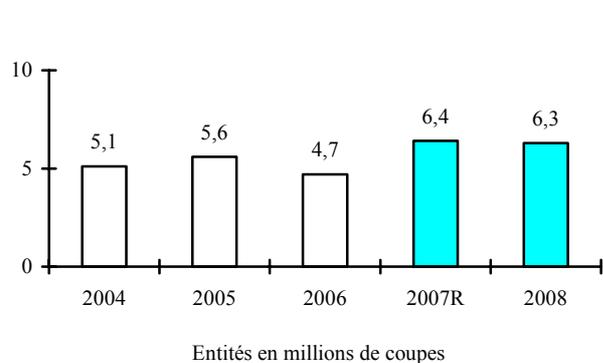


(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Le marché des compositions florales avec 8,8 millions d'entités achetées, baisse de 4 % en volume par rapport à 2007 et de 6,8 % en valeur.

## Coupes ou bacs de plantes



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Les achats des coupes et bacs ont diminué de 1,3 % en volume 6,3 millions d'entités vendues et de 7,1 % en valeur avec 145 millions d'euros.

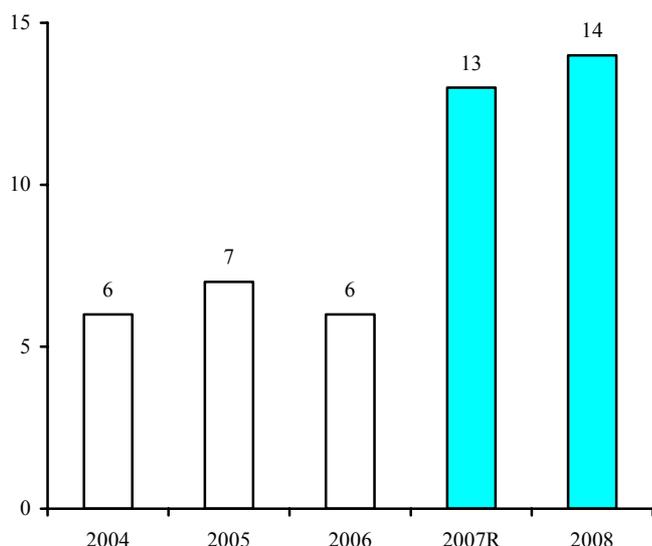
# Les bonsaïs\*

\* La base d'observation du marché des bonsaïs étant très faible, les résultats sont donnés à titre indicatif. Ils doivent être observés avec une grande prudence et permettent seulement d'analyser globalement l'évolution du marché et les principales données de structure sur l'année 2008.

## Evolution

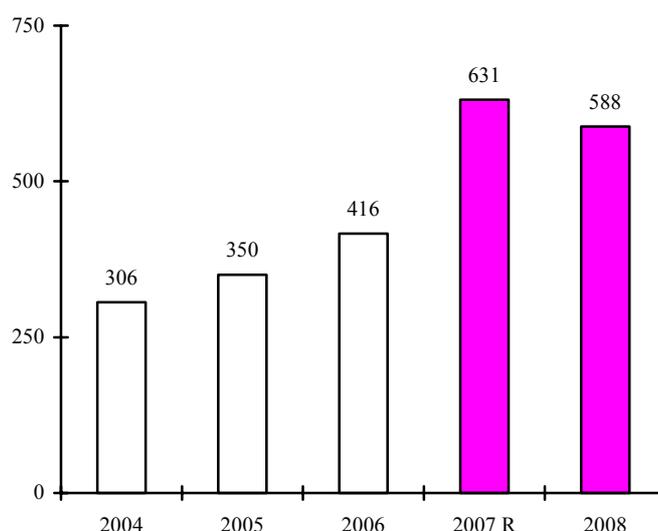
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Bonsaïs</b>	14	0,3	NS	0,6	0,6	NS
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7

Evolution en sommes dépensées (en M€)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en milliers de bonsaïs



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

## Prix moyen d'achat

Prix moyen en 2008 : 24,1 €.

## Destination

En 2008, la part des achats pour offrir a continué à progresser (56,8 % des volumes).

## Lieux d'achat

En 2008, les jardinerias ont représenté 34,2 % des volumes et 50,4 % des dépenses devant les fleuristes (31,4 % des volumes et 26,8 % des dépenses).

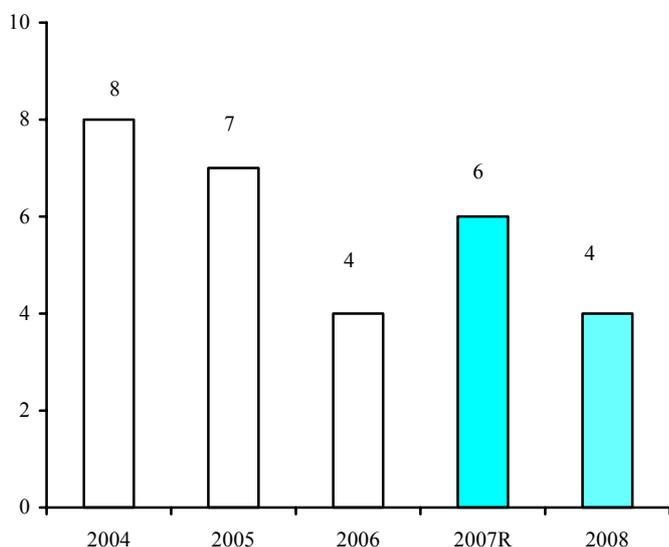
# Les fleurs séchées\*

\* La base d'observation du marché des fleurs séchées étant faible, les résultats sont donnés à titre indicatif. Ils doivent être observés avec une grande prudence et permettent seulement d'analyser globalement l'évolution du marché et les principales données de structure sur l'année 2008.

## Evolution

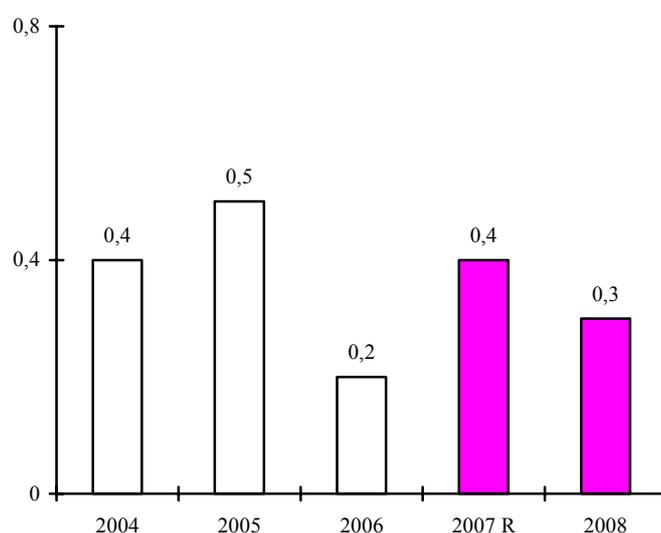
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Fleurs séchées</b>	4	0,2	NS	0,3	0,2	NS
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

Evolution en millions d'entités



(données antérieures à 2007 : pour mémoire)

## Prix moyen d'achat

Prix moyen en 2008 : 15,2 €.

## Destination

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Sommes dépensées en %	12,0	15,7	9,0	21,2	21,8	59,5	59,7	87,9	62,2	61,8	28,5	24,6	4,1	16,6	16,5
Actes d'achat en %	19,6	27,4	22,3	27	23,3	53,0	50,4	70,6	56,4	51,7	27,4	22,2	7,1	16,6	24,9

## Lieux d'achat

Les fleuristes restent le circuit de distribution leader pour l'achat de bouquets de fleurs séchées (28,8 % des achats; 40,1 % des dépenses).

## *La destination des achats*

## Evolution en quantité et en valeur des destinations

	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Sommes dépensées en %	16,1	16,8	16,5	18,2	18,1	53,3	53,9	53,2	56,0	56,6	30,6	29,3	30,3	25,9	25,3
Entités en %	27,4	27,0	27,8	30,0	29,3	43,5	45,3	44,7	45,2	46,5	29,1	27,7	27,5	26,7	24,8

Sur 5 ans, on constate que la part des différentes destinations subit de petites variations d'une année sur l'autre, mais reste homogène. On note cependant une légère augmentation des achats pour offrir et pour soi et une diminution des achats pour le cimetière.

### Achats pour soi

	2004	2005	2006	2007 R	2008	08/ 07R
Dépense annuelle (millions d'euros)	296	303	294	413	403	-2,3
Entités (en millions)	51	48,9	48,6	58,7	57,1	-2,8

Chiffres arrondis

### Achats pour offrir

	2004	2005	2006	2007 R	2008	08/ 07R
Dépense annuelle (millions d'euros)	976	973	946	1274	1260	-1,1
Entités (en millions)	81	82,1	78,2	88,6	90,3	+2,0

Chiffres arrondis

### Cimetière

	2004	2005	2006	2007 R	2008	08/ 07R
Dépense annuelle (millions d'euros)	560	528	539	588	562	-4,4
Entités (en millions)	54	50,1	48,3	48,5	47,1	-3,1

Chiffres arrondis

Entre 2007 et 2008, en volume seuls les achats pour offrir progressent (+2 %); les achats pour soi et pour le cimetière régressant de respectivement - 2,8 % et de -3,1 %. En valeur, la diminution est moins forte pour les achats pour offrir (-1,1 %) que pour les achats pour soi (- 2,3 %) et les achats pour le cimetière (-3,1 %).

## Les produits selon la destination

### Sur le segment des achats pour soi.

La part des plantes fleuries reste prédominante en volume avec 43,8 % devant les bottes à 38,4 % et en valeur avec 40,2 % de part de marché devant les bottes avec 30,6 %.

### Sur le segment des achats pour offrir.

En volume, la part des plantes fleuries progresse à 35,3 % et devance les bottes à 34,8 %. En valeur, les plantes fleuries et les bottes sont à égalité avec respectivement 29,6 et 29,5 % de part de marché.

### Sur le segment des achats pour le cimetière.

Très large domination des plantes fleuries avec 77,6 % des volumes et 49,2 % des valeurs.

## Evolution en volume

	Entités en %														
	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008	2004	2005	2006	2007 R	2008
Plantes fleuries	41,1	44,9	43,9	46,4	43,8	32,3	32,4	36,1	32,1	35,3	74,4	74,9	77,2	76,8	77,6
Bottes	44,8	41,4	40,8	39,9	38,4	40,3	39,8	37,7	44,5	34,8	12,4	12,0	10,8	12,2	8,7
Plantes vertes	7,0	7,2	7,7	7,1	9,3	2,3	2,6	2,9	2,7	2,7	0,7	0,8	0,7	0,6	0,5
Fleurs coupées	5,6	4,9	6,1	5,3	6,4	13,9	13,6	13,3	12,5	16,3	1,7	2,2	2,3	1,9	2,4
Coupes ou bacs de plantes	0,3	0,5	0,3	0,4	0,9	3,1	3,6	3,0	2,6	3,1	4,6	4,9	4,7	4,4	6,4
Compositions florales	0,8	0,7	0,6	0,5	0,6	7,7	7,5	6,5	5,2	7,2	6,0	5,0	4,2	4,1	4,3
Bonsais	0,3	0,2	0,5	0,4	0,5	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	-	-	-	-	-
Fleurs séchées	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-	-	0,1
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

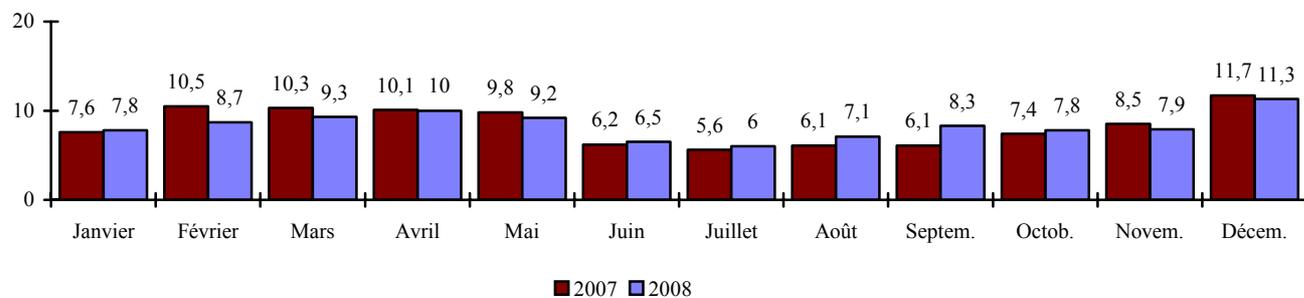
## Evolution en valeur

	Sommes dépensées en %														
	Pour soi					Pour offrir					Pour le cimetière				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Plantes fleuries	36,2	36,1	37,4	38,2	40,2	27,5	27,4	30,3	29,4	29,6	47,9	49,8	49,8	49,7	49,2
Bottes	40,5	37,2	36,1	35,7	30,6	28,7	28,1	27,2	29,9	26,5	8,2	8,3	6,7	8,9	6,5
Plantes vertes	9,8	10,6	11,9	11,0	12,7	2,9	3,3	3,0	3,5	2,8	0,4	0,8	0,8	0,3	0,3
Fleurs coupées	8,7	10,3	9,9	10,1	9,5	18,5	17,9	17,8	18,2	20,3	3,5	3,6	3,9	3,6	4,2
Coupes ou bacs de plantes	0,8	1,1	0,7	1,6	2,5	5,2	5,8	5,1	4,9	4,5	12,3	11,1	10,2	10,5	13,8
Compositions florales	2,9	3,8	2,9	2,2	2,5	16,4	16,6	16,1	13,5	15,5	27,4	26,0	28,7	26,8	25,9
Bonsais	0,8	0,6	0,9	0,9	1,8	0,4	0,6	0,3	0,3	0,5	-	-	-	-	-
Fleurs séchées	0,3	0,3	0,1	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,4	-	0,1	0,1
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

## Calendrier d'achat selon la destination

En % des sommes dépensées

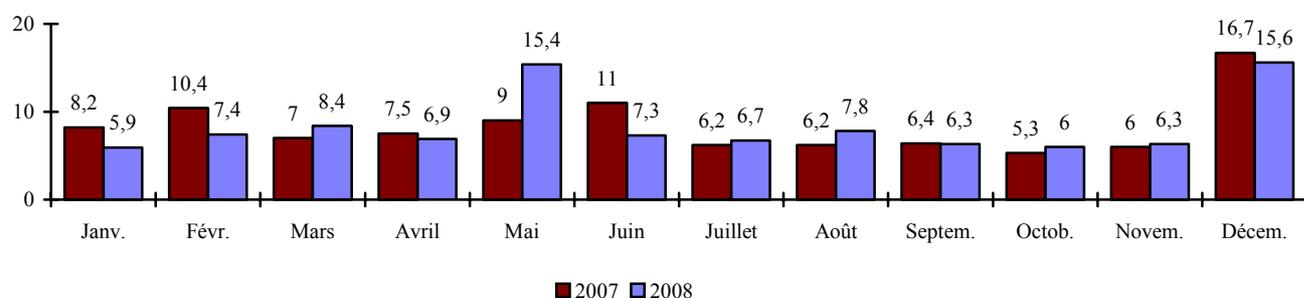
### Pour soi



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept,	Oct,	Nov,	Déc,
2007R	31,4	43,4	42,5	41,7	40,5	25,6	23,1	25,2	25,2	30,6	35,1	48,3
2008	31,5	35,1	37,6	40,4	37,2	26,3	24,2	28,7	33,5	31,5	31,9	45,7

Le calendrier des achats pour soi ne présente pas de saisonnalité forte. Traditionnellement, la part de juillet et d'août est peu élevée.

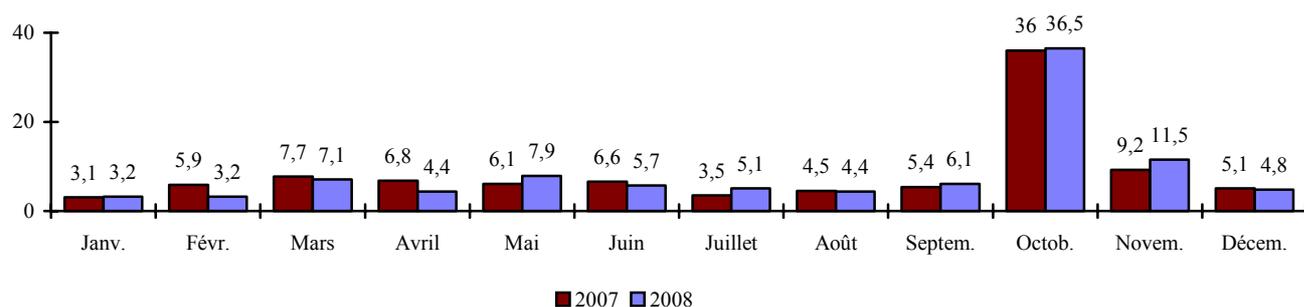
### Pour offrir



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept,	Oct,	Nov,	Déc,
2007R	104,5	132,5	89,2	95,6	114,7	140,1	79,0	79,0	81,5	67,5	76,4	212,8
2008	74,4	93,3	105,9	87,0	194,2	92,1	84,5	98,4	79,4	75,7	79,4	196,7

L'inversion sur les mois de mai et juin est notamment due à la date de la fête des mères qui se situait en 2007 en juin.

## Pour le cimetière



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept,	Oct,	Nov,	Déc,
2007R	18,2	34,7	45,3	40,0	35,9	38,8	20,6	26,5	31,8	211,7	54,1	30,0
2008	18,0	18,0	40,0	24,8	44,5	32,1	28,7	24,8	34,3	205,5	64,7	27,0

Octobre, mois où s'effectue une partie des achats pour la Toussaint, concentre traditionnellement plus d'1/3 des achats pour le cimetière. Octobre et novembre ont représenté, en 2008, 48 % des dépenses.

## *Les différentes occasions d'achat pour offrir*

Les principales occasions d'achat pour offrir dans une année sont les visites, les anniversaires et les Fêtes de fin d'année.

Le poids de la Saint Valentin, du 1<sup>er</sup> Mai ou de la Fête des Mères se mesure plutôt sur les achats pour offrir du mois où se déroule la fête.

### **Principales occasions pour offrir au cours d'une année**

	% en volume				% en valeur			
	2005	2006	2007R	2008	2005	2006	2007R	2008
Visites	26,3	27,5	26,6	27,3	24,5	24,8	25,4	23,5
Anniversaires	21,2	22,1	23	22,3	23,7	24,2	23,9	26,4
Fêtes de fin d'année	12,1	11,4	12,2	12,1	11,0	10,5	12,3	10,7
Fête des Mères	8,4	7,9	4,7	7,9	9,5	8,6	5,6	8,7
Remerciements	4,5	4,7	5,7	5,4	4,5	4,9	5,6	5,6
1 <sup>er</sup> Mai	5,4	6,3	4,8	4,7	2,6	3,4	2,7	2,5
Félicitations	4,6	4,1	5,5	3,5	8,1	7,7	6,5	6,3
Fête des Gds Mères	2,2	1,5	1,6	2,4	1,6	1,3	1,5	1,9
Anniversaire de mariage	2,3	2,1	2,2	2,1	2,5	2,7	3,3	2,7
Saint Valentin	2,2	3	2,7	1,7	2,5	2,9	3,7	2,0
Saint patron	1,2	1,2	1,3	1,7	1,1	1,1	1,4	1,6
Maladie	2	1,2	1,4	1,7	1,7	1,1	1,3	1,4
Pâques	0,9	0,6	0,3	0,9	0,7	0,6	0,3	0,7
Ste Catherine	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Autres	6,6	6,3	7,9	6,2	6,0	5,9	6,5	5,9

## *Les lieux d'achat*

## Evolution du poids des différents lieux d'achat

	Sommes dépensées (en %)					Entités (en %)				
	2004	2005	2006	2007R	2008	2004	2005	2006	2007R	2008
Fleuristes	54,4	54,5	54,6	54,1	53,5	35,9	36,1	35,3	35,6	36,4
Hyper, super, grands magasins	15,0	14,5	14,7	14,8	15,0	25,6	25,7	26,1	25,6	25,5
Jardineries (y c. jard. d'hyper)	11,2	11,9	12,3	12,9	13,5	12,9	13,4	14,2	15,1	15,1
Détaillants de marché	7,9	7,4	7,1	7,1	7,1	12,6	11,8	11,8	11,3	11,2
Horticulteurs	6,5	6,8	6,3	5,5	5,6	7,3	7,3	7,2	6,1	6,1
Grainetiers	1,4	1,0	0,9	1,3	1,2	1,4	1,1	1,1	1,4	1,3
GSB	1,1	1,0	0,9	1,2	1,2	1,6	1,7	1,4	1,6	1,6
Autres	2,5	2,9	3,1	3,1	2,9	2,7	2,9	2,9	3,2	2,8
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Les fleuristes puis les GMS et les jardinerie constituent les trois premiers circuits de distribution.

En valeur, la part des fleuristes perd 0,6 point à 53,5 %, celle des GMS gagne 0,2 point à 15 %, celle des jardinerie gagne 0,6 point à 13,5%, cette progression étant due aux jardinerie garden center.

## Evolution des achats par lieux d'achat

En millions d'euros

	2004	2005	2006	2007 R	2008	Evolution 08/07R (en %)
Fleuristes	996	983	971	1231	1191	-3,2
Hyper, super, grands magasins	275	262	290	337	332	-1,4
Jardinerie (y c. jard. d'hyper)	204	215	191	295	301	+2,0
Détaillants de marché	145	133	127	162	159	-2,0
Horticulteurs	119	122	112	124	125	-1,3
Grainetiers	25	18	16	29	26	-10,7
Grandes surfaces de bricolage	19	19	17	27	28	+4,5
Autres lieux	48	51	54	69	64	-7,2
Ensemble du marché	1832	1804	1778	2275	2227	-2,1

\* nota : Chiffres arrondis. Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.

En milliers d'entités

	2004	2005	2006	2007 R	2008	Evolution 08/07R (en %)
Fleuristes	66699	65413	61873	69741	70781	+1,5
Hyper, super, grands magasins	47443	46482	45644	50147	49657	-1,0
Jardinerie (y c. jard. d'hyper)	24075	24337	24867	29691	29384	-1,0
Détaillants de marché	23479	21312	20680	22214	21759	-2,0
Horticulteurs	13461	13269	12599	11982	11826	-1,3
Grainetiers	2554	2030	1913	2715	2460	-9,4
Grandes surfaces de bricolage	2882	3063	2417	3134	3078	-1,8
Autres lieux	5078	5214	5136	6216	5504	-11,5
Ensemble du marché	185671	181122	175130	195842	194450	-0,7

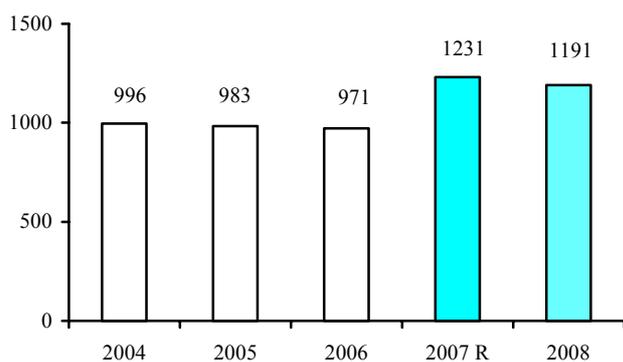
# LES FLEURISTES

Sur le marché des végétaux d'intérieur, les fleuristes représentent :

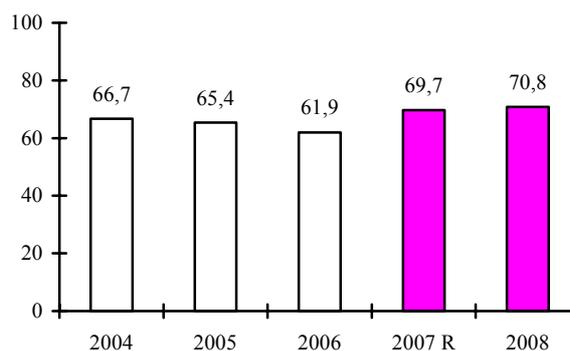
- 53,5 % des sommes dépensées,
- 36,4 % des entités.

## Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Fleuristes</b>	1191	53,5	-3,2	93,6	36,4	- 0,5
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7



sommes dépensées (en millions d'euros)



entités en millions

Les fleuristes restent le premier circuit de distribution sur le marché des végétaux d'intérieur.

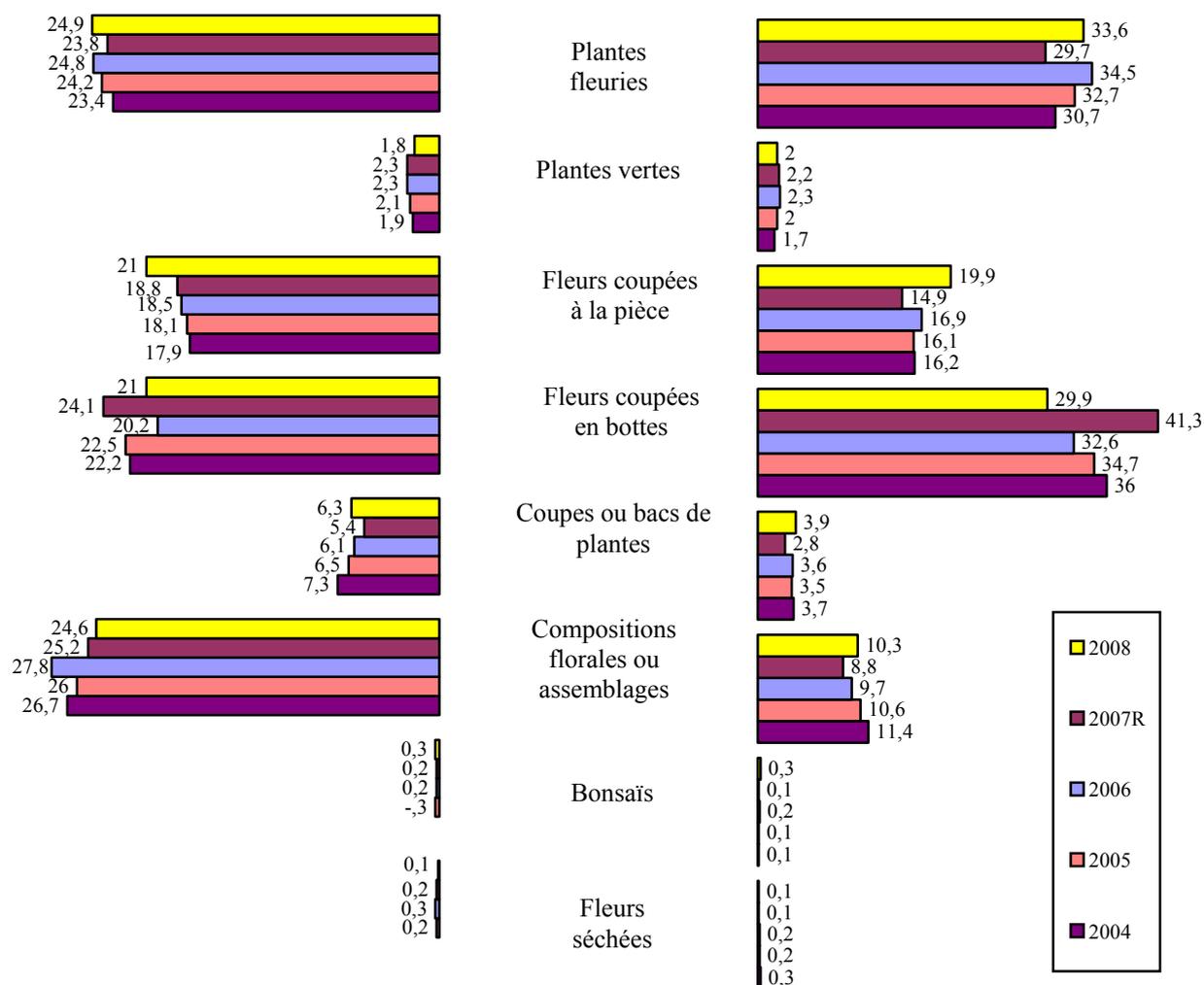
## Somme moyenne dépensée par lieu d'achat

	euro
Fleuriste en boutique traditionnelle	22,43
Fleuriste en boutique libre-service	14,95
Chaîne de transmission florale	33,46
moyenne	21,26

## Produits achetés chez les fleuristes

Sommes dépensées en %

Entités en %



Progression des achats de plantes fleuries et des achats de fleurs coupées à la pièce.  
Diminution des achats de bottes de fleurs.

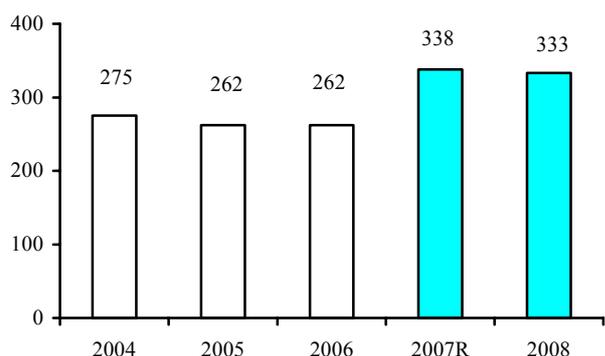
# LES GRANDS MAGASINS, SUPERMARCHES, HYPERMARCHES

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

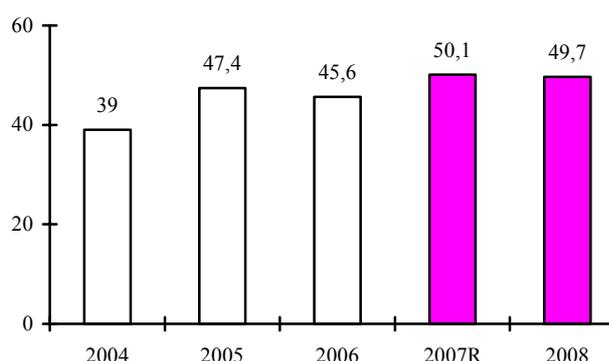
- 15 % des sommes dépensées,
- 25,5 % des entités.

## Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Grands magasins, supermarchés, hypermarchés</b>	333	15,0	- 1,4	49,6	25,5	- 1,0
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7



sommes dépensées (en millions d'euros)

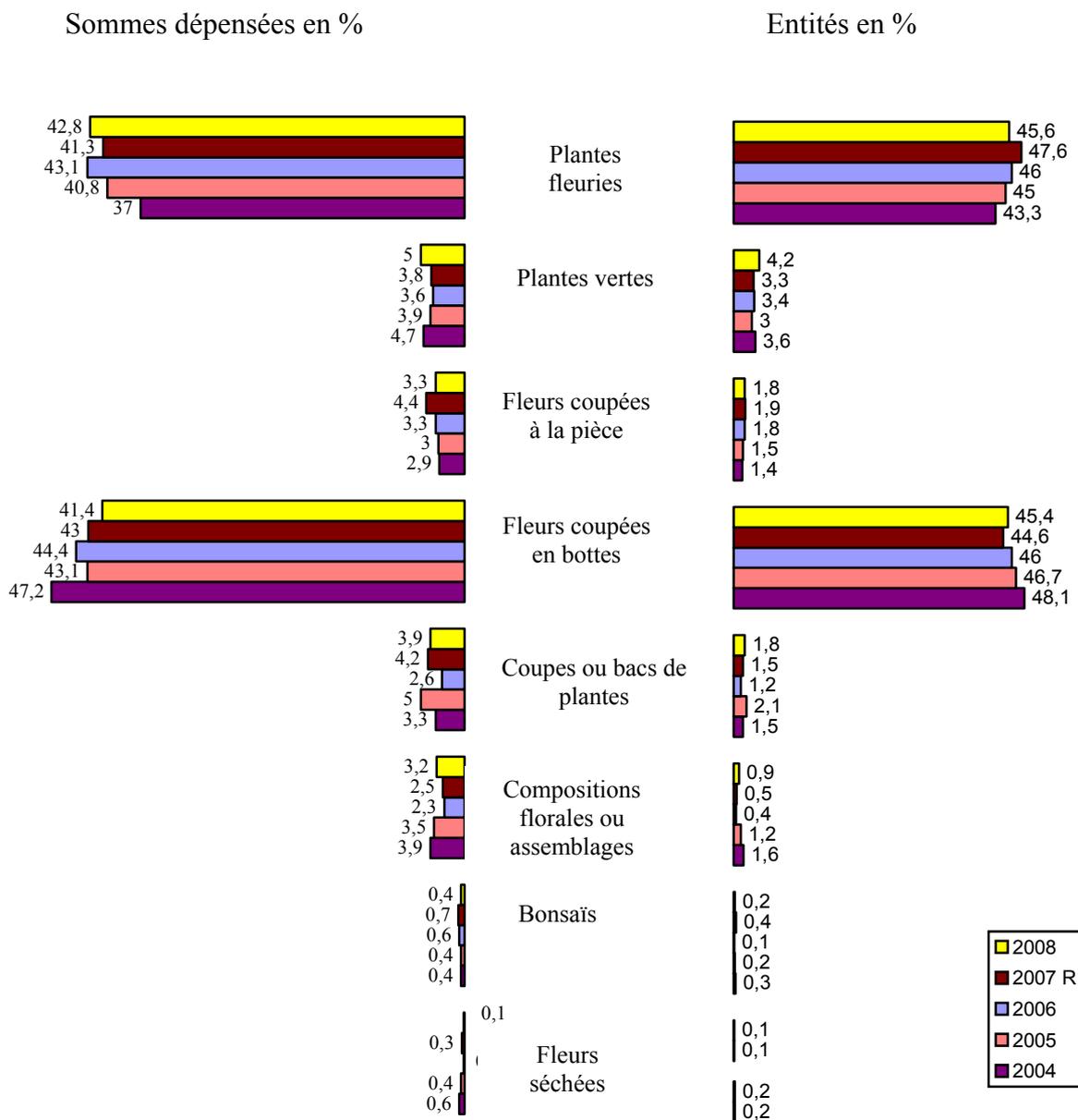


entités (en millions)

## Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée pour un achat en grande surface en 2008 : 8,73 €.

# Produits achetés en grands magasins, hypermarchés, supermarchés.



Parmi les différentes présentations de végétaux d'intérieur, les bouquets de fleurs coupées puis les plantes fleuries restent les produits les plus achetés en grands magasins, supermarchés et hypermarchés. Ces 2 catégories représentent 91 % des volumes et 84,2 % des valeurs.

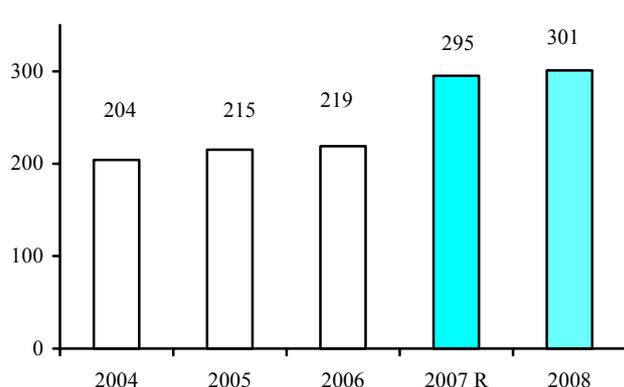
# LES JARDINERIES

Sur le marché des végétaux d'intérieur, les jardineries représentent :

- 13,5 % des sommes dépensées,
- 15,1 % des entités.

## Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Jardineries d'hypermarché</b>	40	1,8	- 5,9	5,0	2,6	-2,8
<b>Jardineries Garden Center</b>	261	11,7	+ 3,3	24,4	12,5	-0,7
<b>Sous total Jardineries</b>	301	13,5	+2,0	29,4	15,1	-1,0
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7



sommes dépensées (en millions d'euros)

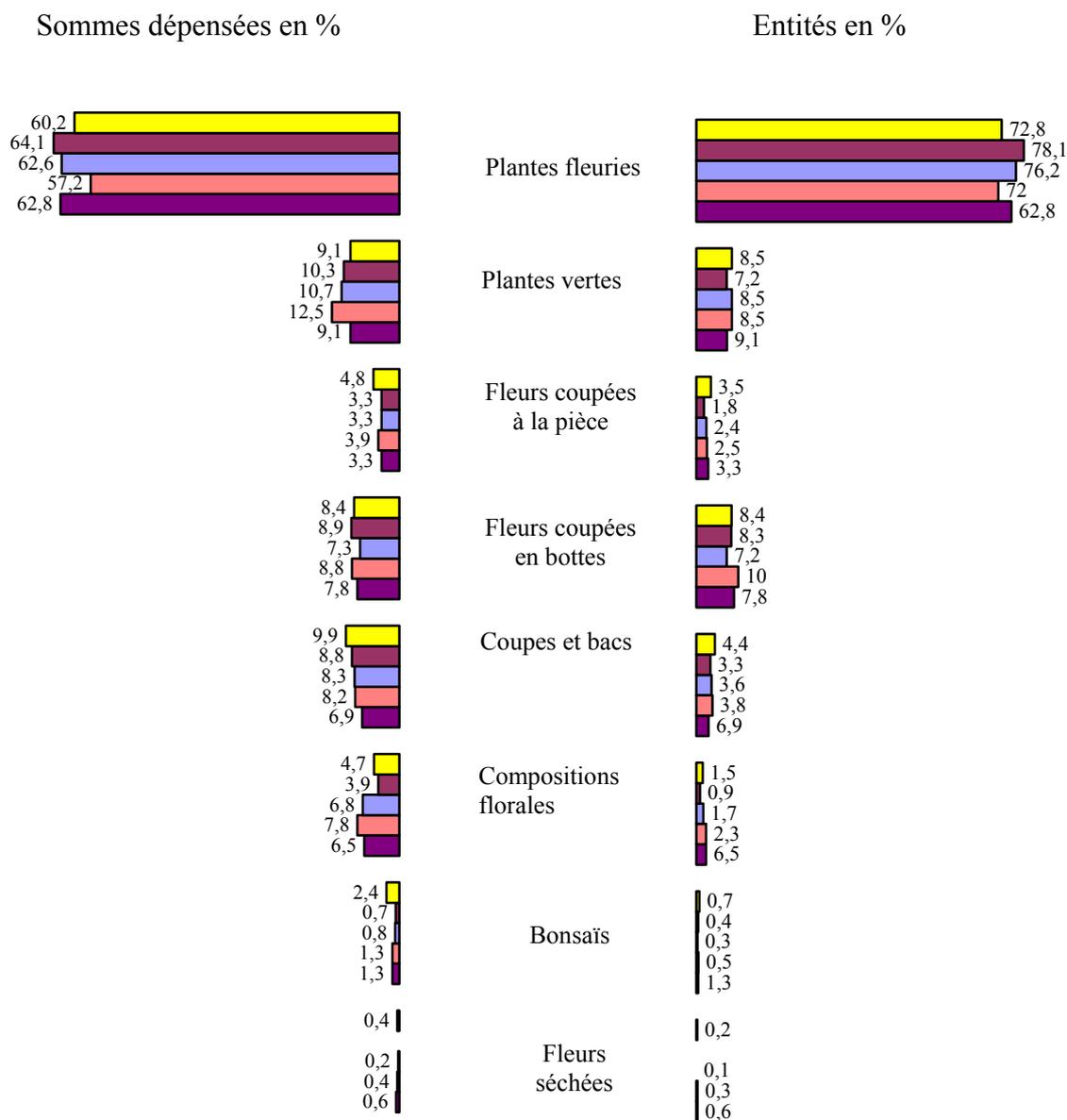
entités (en millions)

Les jardineries garden center progressent en valeur (+2,3 %) et sont quasi-stables en volume (-0,7 %). Les jardineries d'hypermarché régressent tant en volume (-5,9 %) qu'en valeur (- 2,8 %).

## Somme moyenne dépensée

	euro
Jardinerie d'hypermarché	11,78
Jardenerie Garden Center	14,77
moyenne	14,29

# Produits achetés dans les jardineries



La part des plantes fleuries, principal végétal d'intérieur vendu en jardineries, diminue de 5,3 points en volume avec 72,8% et de 3,9 points en valeur avec 60,2 %.

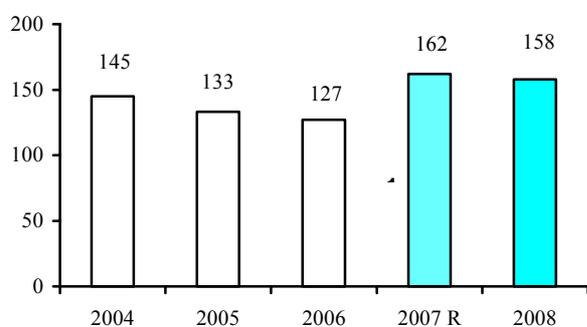
# LES DETAILLANTS DE MARCHE

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

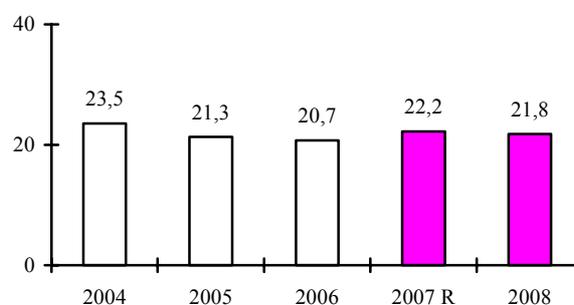
- 7,1 % des sommes dépensées,
- 11,2 % des entités.

## Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
Détaillants de marché	158	7,1	- 2,0	21,7	11,2	- 2,0
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7



sommes dépensées (en millions d'euros)



entités (en millions)

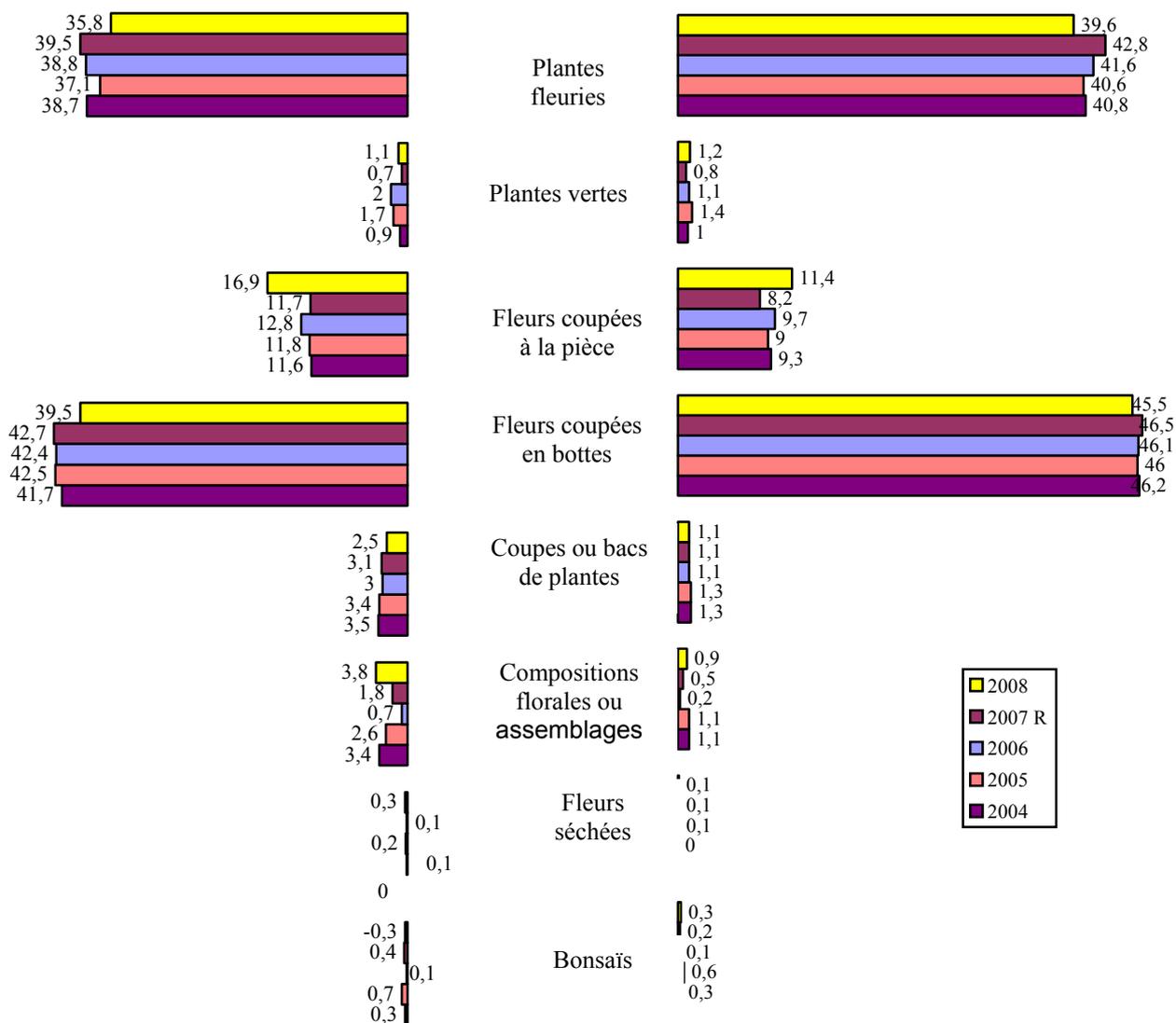
# Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée chez les détaillants de marché en 2008: 9,98 €.

## Produits achetés chez les détaillants de marché

Sommes dépensées en %

Entités en %



Les deux principaux produits achetés sur les marchés sont les bouquets de fleurs coupées et les plantes fleuries. Ils représentent 85,1 % des volumes et 75,3 % des valeurs.

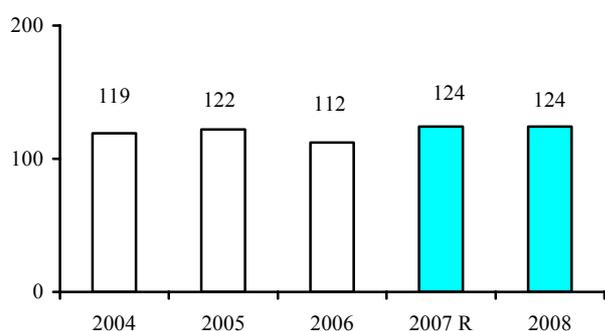
# LES HORTICULTEURS

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

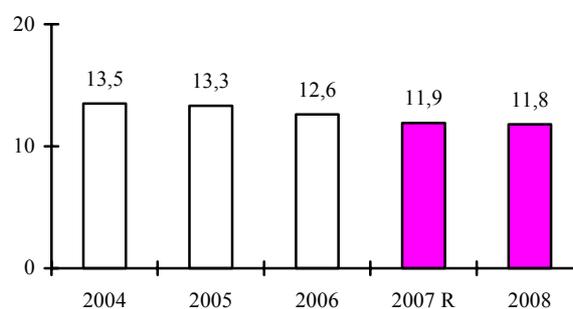
- 5,6 % des sommes dépensées,
- 6,1 % des entités.

## Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
<b>Horticulteurs</b>	124	5,6	0	11,8	6,1	-1,3
Ensemble du marché	2227	100	- 2,1	194,4	100	- 0,7



sommes dépensées (en millions d'euros)

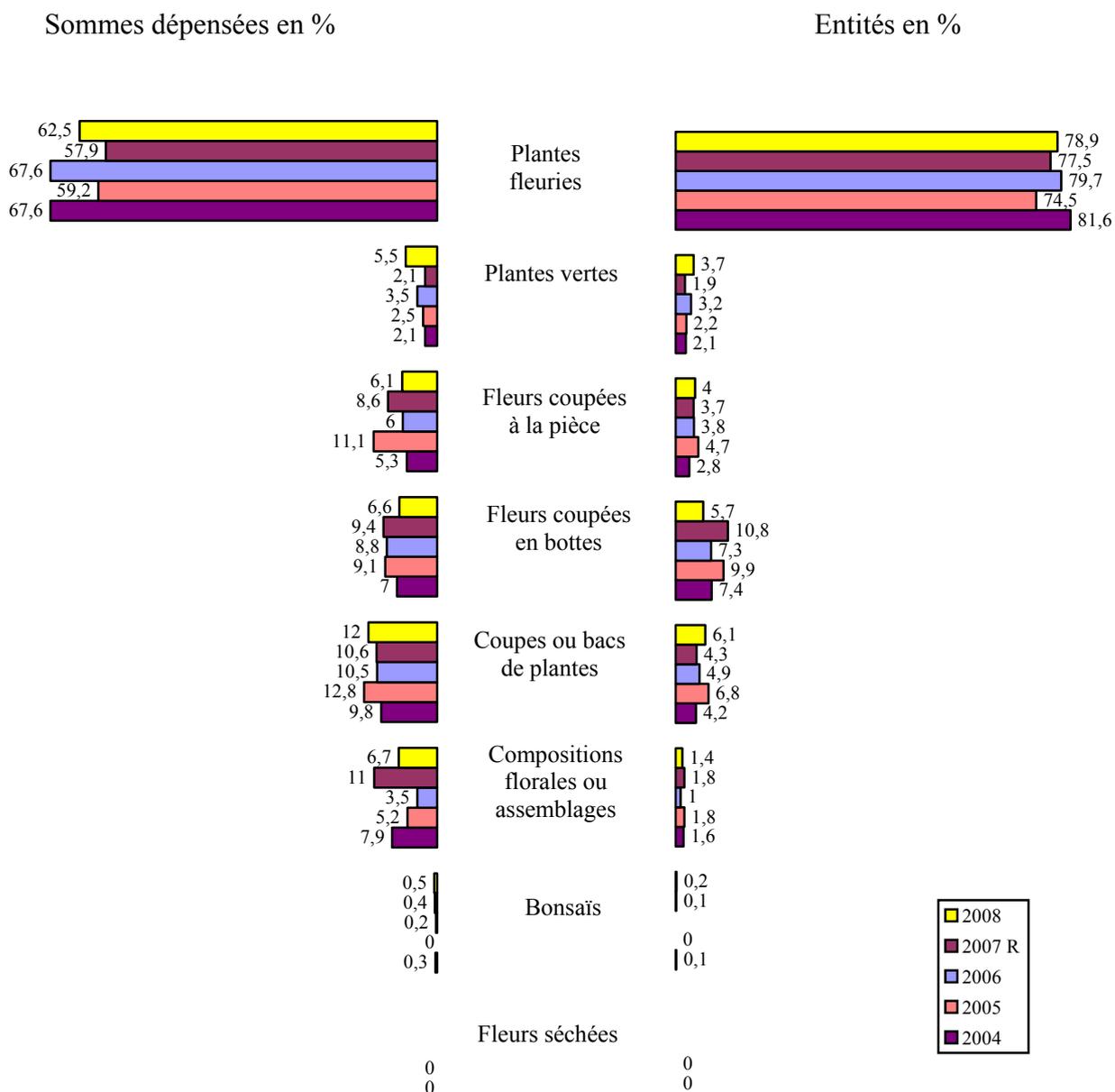


entités (en millions)

## Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée chez un horticulteur en 2008: 17,86 €

# Produits achetés chez les horticulteurs



Les plantes fleuries sont les produits les plus achetés chez les horticulteurs, et leur poids a augmenté en 2008 de 1,4 point en volume avec 78,9 % et de 4,6 points en valeur avec 62,5 %. Les autres produits voient des diminutions en volume et en valeur.

## *Les acheteurs*

# Acheteurs par sexe

## En structure des achats

En % des quantités

	Ensemble	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	48,1	45,0	50,6
Plante verte ou grasse en pot	4,0	3,8	4,3
Fleurs coupées	10,1	11,7	8,9
Botte toute préparée	29,5	31,1	28,2
Coupe ou bac de plantes	3,3	3,0	3,5
Composition florale ou assemblage	4,6	5,0	4,2
Bonzai	0,3	0,3	0,3
Fleurs séchées	0,2	0,1	0,2
	100	100	100

En % des sommes dépensées

	Ensemble	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	36,6	33,6	39,1
Plante verte ou grasse en pot	3,9	4,0	3,7
Fleurs coupées	14,4	16,7	12,4
Botte toute préparée	22,1	23,0	21,3
Coupe ou bac de plantes	6,5	5,8	7,1
Composition florale ou assemblage	15,7	16,1	15,4
Bonzai	0,6	0,6	0,7
Fleurs séchées	0,2	0,2	0,2
	100	100	100

## Répartition Homme/Femme pour chaque catégorie

	Volume (en %)		Valeur (en %)	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	40,4	59,6	42,2	57,8
Plante verte ou grasse en pot	40,3	59,7	47,9	52,1
Fleurs coupées	50,1	49,9	53,4	46,6
Botte toute préparée	45,7	54,3	47,9	52,1
Coupe ou bac de plantes	39,8	60,2	40,9	59,1
Composition florale ou assemblage	47,6	52,4	47,1	52,9
Bonzai	45,6	54,4	41,1	58,9
Fleurs séchées	38,3	61,7	34,3	65,7
Ensemble	43,3	56,7	46,0	54,0

STRUCTURE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE DES INDIVIDUS EN 2008 (Source : Enquête INSEE Emploi 2002 – Estimation 2008)

### SEXE DE L'INDIVIDU

- ◆ Homme..... 47.9%
- ◆ Femme..... 52.1%

# Acheteurs par catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

En structure des achats

En % des quantités

	Ensemble	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise.	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	48,1	54,7	42,1	32,8	41,7	45,0	47,2	53,8
Plante verte ou grasse en pot	4,0	3,0	4,1	4,7	5,0	5,2	4,9	3,2
Fleurs coupées	10,1	16,1	12,9	13,1	12,2	10,2	10,2	8,7
Botte toute préparée	29,5	14,3	32,1	40,1	31,2	31,1	28,0	27,2
Coupe ou bac de plantes	3,3	7,0	2,9	2,2	2,7	3,5	4,0	3,3
Composition florale ou assemblage	4,6	4,8	5,4	6,6	6,7	4,6	4,7	3,5
Bonzaï	0,3	-	0,2	0,5	0,4	0,3	0,7	0,2
Fleurs séchées	0,2	-	0,2	-	0,2	0,1	0,3	0,1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

En % des sommes dépensées

	Ensemble	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise.	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	36,6	39,2	27,8	24,0	30,0	33,4	34,7	42,9
Plante verte ou grasse en pot	3,9	3,2	5,6	4,6	5,0	4,5	4,2	3,1
Fleurs coupées	14,4	19,1	18,8	16,9	17,6	13,7	13,6	12,9
Botte toute préparée	22,1	11,8	26,5	29,8	24,0	23,4	22,0	19,6
Coupe ou bac de plantes	6,5	17,2	5,0	3,8	4,5	7,2	8,1	7,0
Composition florale ou assemblage	15,7	9,5	15,4	19,9	18,0	17,4	15,8	13,8
Bonzaï	0,6	-	0,3	1,1	0,7	0,3	1,4	0,5
Fleurs séchées	0,2	-	0,5	0,1	0,3	0,1	0,3	0,2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

## Répartition par CSP pour chaque catégorie

Volume (en %)

	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	1,3	2,3	5,8	11,7	14,1	8,8	55,9
Plante verte ou grasse en pot	0,9	2,7	10,0	16,8	19,3	10,9	39,5
Fleurs coupées	1,9	3,4	11,1	16,4	15,3	9,1	42,9
Botte toute préparée	0,6	2,9	11,7	14,3	15,9	8,6	46,1
Coupe ou bac de plantes	2,5	2,3	5,9	11,1	16,3	11,1	50,7
Composition florale ou assemblage	1,2	3,1	12,4	19,9	15,2	9,3	38,8
Bonzaï	-	1,9	13,1	16,4	12,5	22,2	33,9
Fleurs séchées	-	4,1	2,7	17,4	9,7	17,4	48,7
Total	1,2	2,6	8,6	13,6	15,1	9,0	50,0

Valeur (en %)

	Agriculteur	Commerçant, Artisan, Chef d'entreprise	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	1,3	2,3	6,4	11,6	13,5	8,6	56,2
Plante verte ou grasse en pot	1,0	4,4	11,4	18,1	17,0	9,7	38,2
Fleurs coupées	1,6	4,0	11,4	17,4	14,1	8,5	42,9
Botte toute préparée	0,6	3,7	13,1	15,4	15,7	9,0	42,4
Coupe ou bac de plantes	3,2	2,3	5,7	9,8	16,3	11,2	51,5
Composition florale ou assemblage	0,7	3,0	12,3	16,2	16,3	9,1	42,2
Bonzaï	-	1,6	16,3	15,1	8,1	19,7	39,2
Fleurs séchées	-	8,2	4,0	19,1	9,4	11,4	48,0
Total	1,2	3,1	9,8	14,2	14,8	9,1	47,9

-----  
 STRUCTURE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE DES INDIVIDUS EN 2008 (Source : Enquête INSEE Emploi 2002 – Estimation 2008)

<b>CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE</b>	
◆ Exploitant agricole .....	2.1%
◆ Commerçant, artisan et chef d'entreprise (10 salariés et plus) .....	4.7%
◆ Profession libérale, cadre supérieur, profession artistique .....	12.5%
◆ Profession intermédiaire, contremaître, clergé .....	14.8%
◆ Employé, personnel service aux particuliers, police et armée .....	10.1%
◆ Ouvrier (OS, OQ, OHQ, O. agricole) .....	19.6%
◆ Inactifs .....	36.2%

## Mode d'achat

	En % des quantités	En % des sommes dépensées
Sur lieu de vente	97,9	95,2
Par téléphone	0,8	2,1
Par Internet	0,8	2,1
Autre	0,5	0,6
Total	100	100