

Panel végétaux d'intérieur, d'extérieur,
pour le cimetière et les obsèques.

Bilan de l'année 2014



Introduction

1 Ensemble des végétaux : un marché des végétaux en recul pour la 3ème année consécutive

- malgré un marché global en recul, davantage de ménages se sont rendus dans les exploitations et les coopératives agricoles, LISA

2 Les végétaux d'intérieur : un marché qui recule plus rapidement en sommes dépensées en raison de la moindre performance des fleuristes

- une moindre envie d'offrir des végétaux d'intérieur en 2014
- les fêtes calendaires ont généré moins de volume et de valeur que les occasions personnelles

3 Les végétaux d'extérieur : un nombre d'acheteurs en progression mais des indicateurs volume et valeur dans le rouge

- la jardinerie spécialisée est le circuit qui souffre le plus
- un recul du marché des VE principalement tiré par la diminution notable des achats à destination des terrasses/balcons

4 Végétaux pour le cimetière et les obsèques : la Toussaint maintient l'activité

Introduction

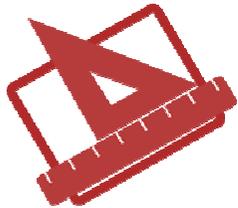


Méthodologie de recueil du panel consommateur



Echantillon

- 7000 ménages interrogés sur les 3 sujets depuis 2011 (méthode des quotas : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge du chef de ménage, catégorie socio-professionnelle du chef de ménage, nombre de personnes au foyer)



Questionnaire

- 3 sujets sur un seul support de 4 pages + 1 page de liste-réponses



Mode de recueil

- auto-administré, adressé par voie postale aux ménages sélectionnés dans le Panel Consommateurs de TNS Sofres : Metascope.



Terrain

- Chaque mois (rétrospectif) dans la vague mensuelle du panel, de janvier à décembre 2014

Analyses du panel consommateur



▪ 2 niveaux d'analyse :

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



▪ Des sous-totaux pour de nouveaux indicateurs sur les circuits

Professionnels des végétaux

Fleuristes
E-fleuristes
Jardineries spécialisées
Coopératives agricoles, libre service
Sur l'exploitation
Grainetiers
VPC

Les généralistes

Hypermarchés, supermarchés et supérettes
Magasins de bricolage et de décoration
Jardineries d'hypermarchés
Marchés et foires
Autres lieux

(Solderie, association école, station service etc...)

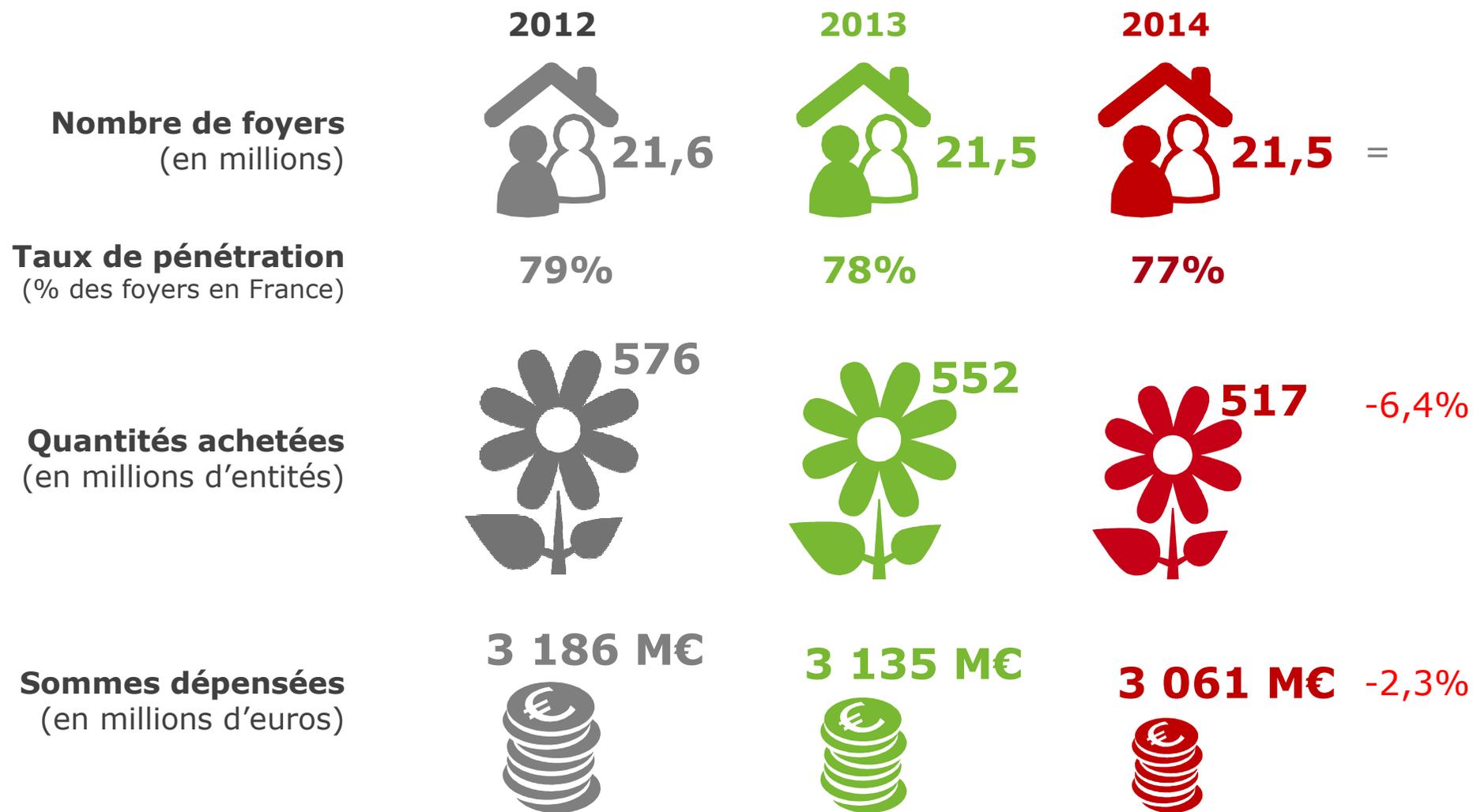
Grande distribution = *Hypermarchés, supermarchés et supérettes+ jardineries d'hypermarchés*



1

Un marché des végétaux en recul pour la 3^{ème} année consécutive

Un marché qui continue de reculer : une diminution des volumes plus rapide que celle des sommes dépensées



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Le comportement d'achat continue de s'éroder, avec une dégradation plus importante en 2014 qu'en 2013

PANIER MOYEN ANNUEL

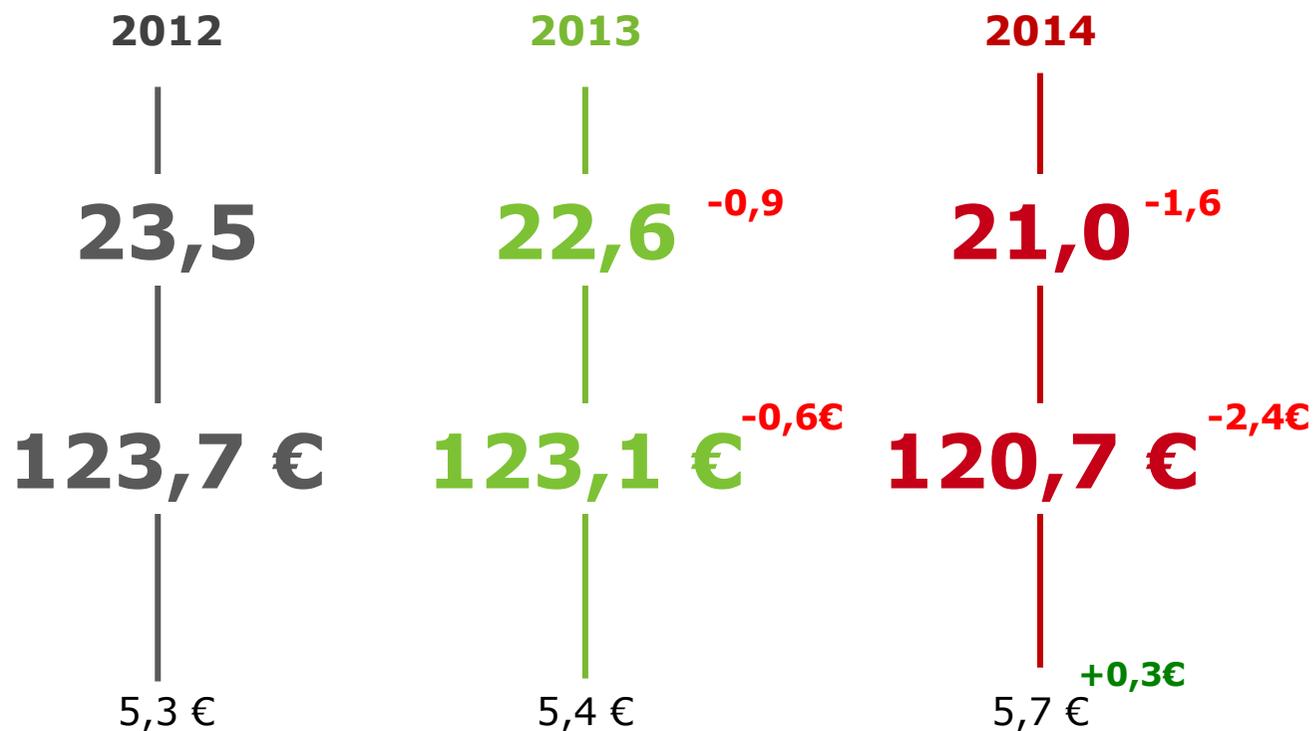
Nombre
moyen
de végétaux
par acheteur



Somme
moyenne
dépensée
par acheteur



Soit en prix moyen par végétal :



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Versus 2013, plus de foyers aux revenus intermédiaires parmi les acheteurs.
Parmi les non acheteurs, on observe une hausse des foyers possesseurs de maison

		Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	Non acheteurs de végétaux
Base		7000	5409	1591
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	15%	23%
	35-49 ans	26%	24%	32%
	50-64 ans	28%	29%	23%
	65 ans et plus	29%	32%	22%
PCS du chef de famille	PCS+	32%	32%	32%
	PCS-	28%	26%	34%
	Inactif	40%	42%	34%
Revenus	Moins de 1500€	21%	18%	31%
	1501 à moins de 3000€	51%	52% +	48%
	3001€ et plus	28%	30%	21%
Taille du foyer	1 personne	35%	32%	46%
	2 personnes	33%	35%	25%
	3 personnes	14%	14%	12%
	4 personnes et plus	18%	19%	17%
Région	Région parisienne	18%	17%	22% +
	Nord-Est	22%	23%	18%
	Ouest	23%	24%	20%
	Sud-ouest	12%	12%	12%
	Sud-est	25%	24%	28%
Logement	Maison	60%	64%	46% +
	Appartement	40%	36%	54%

Des non acheteurs toujours plus jeunes que les acheteurs, ou que la population...

... avec des revenus inférieurs à la moyenne

...plutôt citadins

XX% : significativement > moyenne
XX% : significativement < moyenne
+ : significativement > 2013

La proportion de mixtes entre plusieurs segments retrouve son niveau de 2012

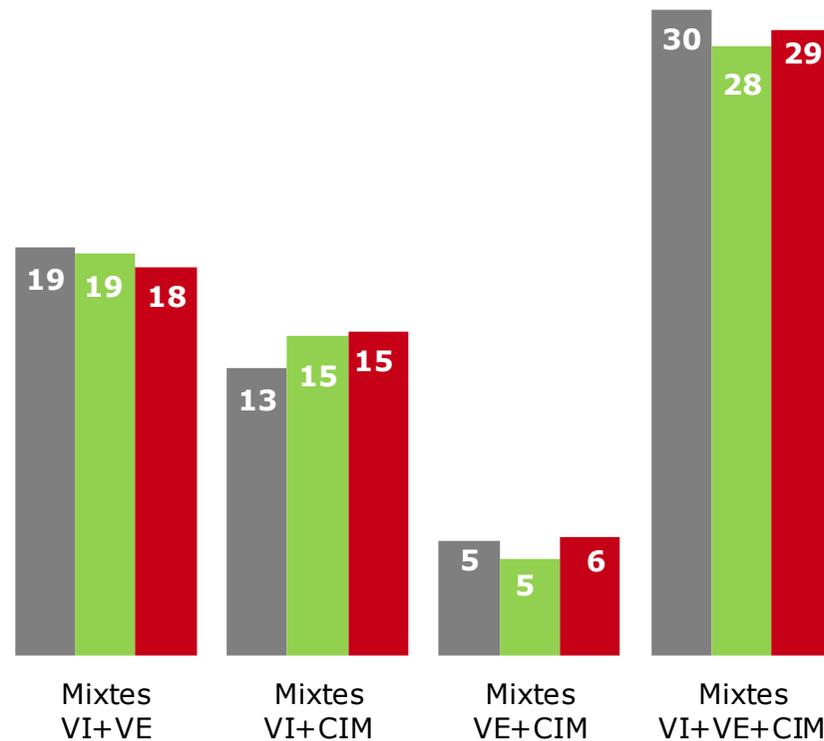
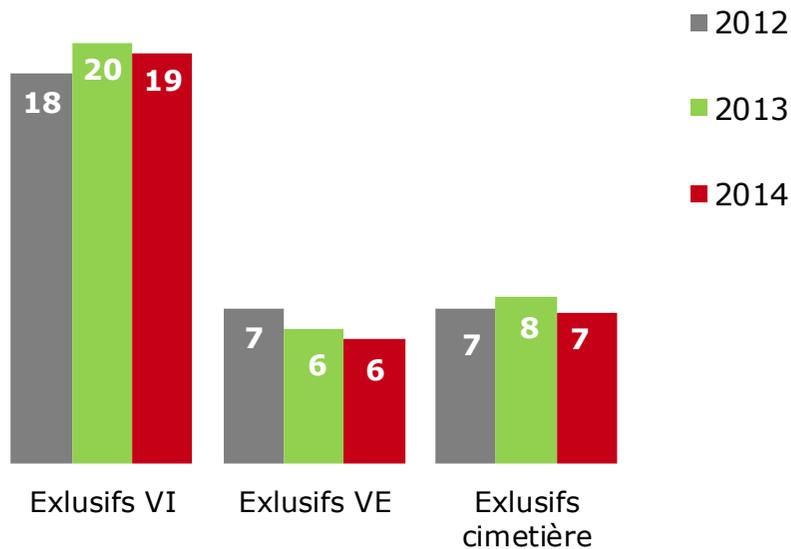
En % acheteurs

Mixtes entre plusieurs segments de marché

68 ▶ 66 ▶ 68 [↑]+2pts

Exclusifs d'un seul segment de marché

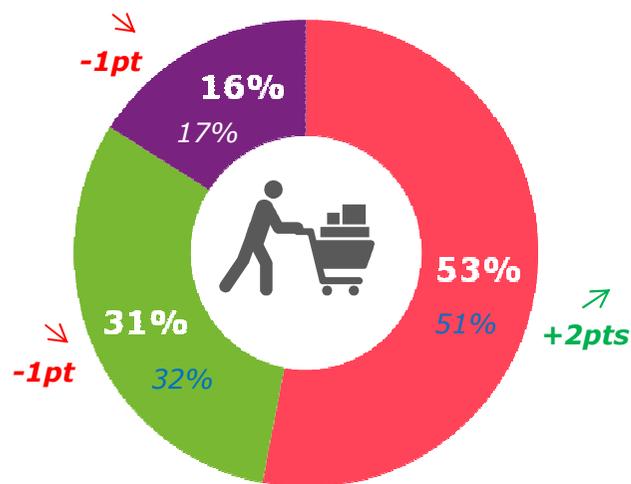
32 ▶ 34 ▶ 32 [↓]-2pts



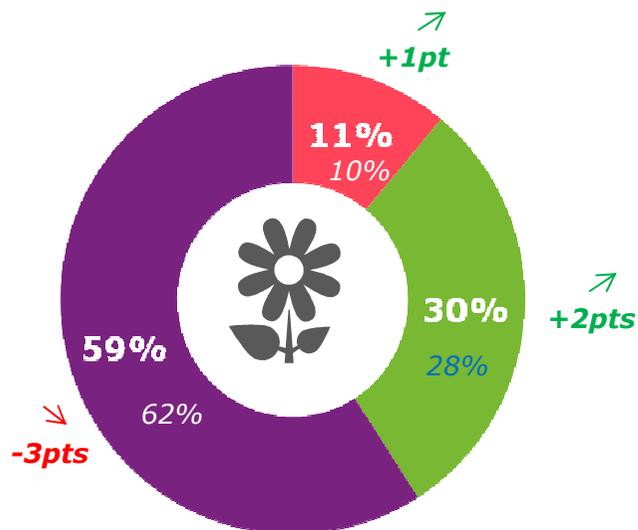
Base : ménages acheteurs

Versus 2013, la contribution des « gros acheteurs » au marché des végétaux diminue

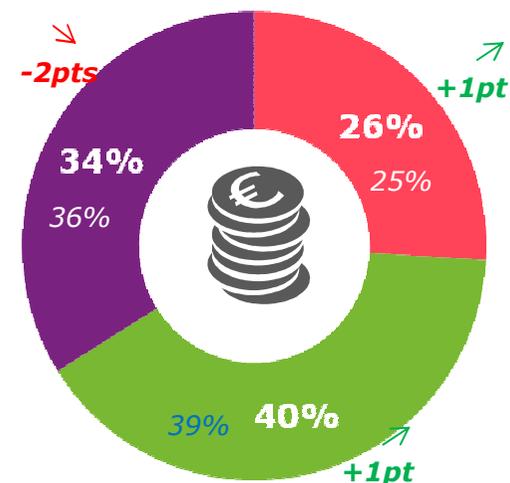
Acheteurs



Quantités achetées



Sommes dépensées



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



Un cœur de cible au profil inchangé : des plus de 65 ans, en couple, aux revenus aisés et qui habitent en maison.

Base : ménages acheteurs

51% Chiffres 2013

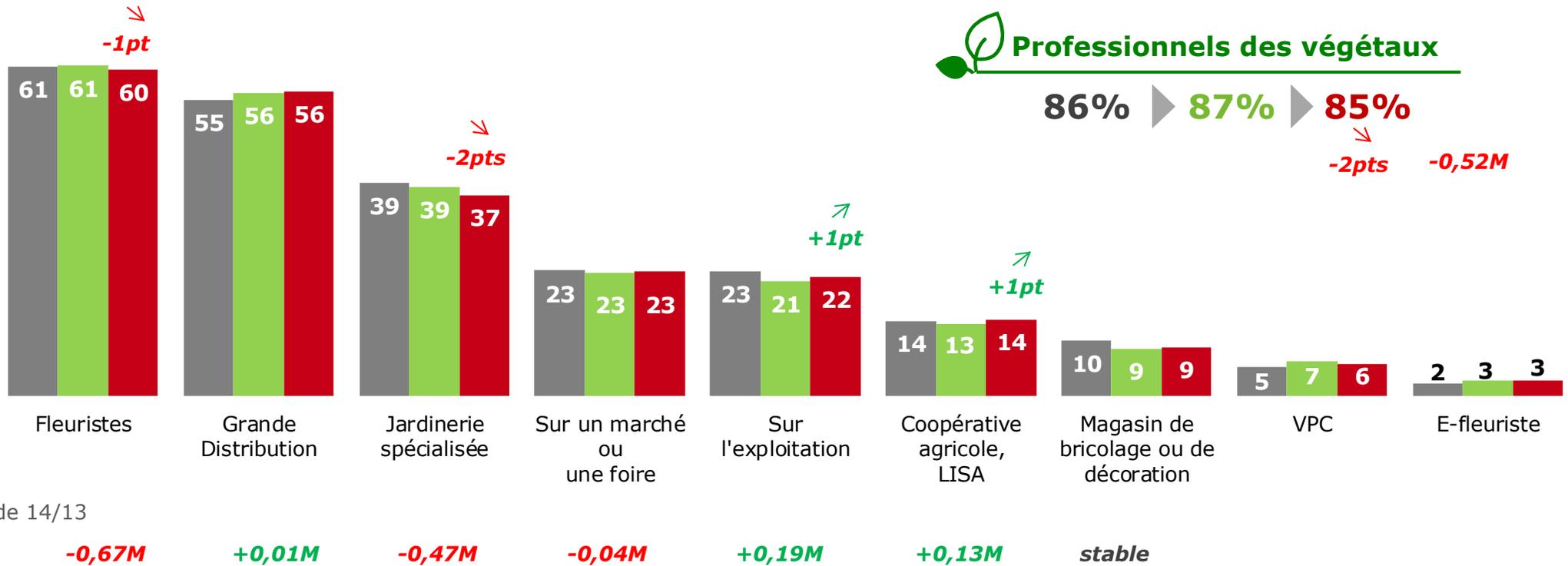
Circuits d'achat : malgré un marché global en recul, davantage de ménages se sont rendus dans les exploitations et les coopératives agricoles, LISA



Versus 2013, recul des ménages acheteurs de végétaux en jardinerie spécialisée, par contre les ménages acheteurs se sont davantage rendus en 2014 dans les exploitations et les coopératives

En % acheteurs

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014



Solde 14/13

↗ Hausse constatée versus 2013
↘ Baisse constatée versus 2013

Base : ménages acheteurs



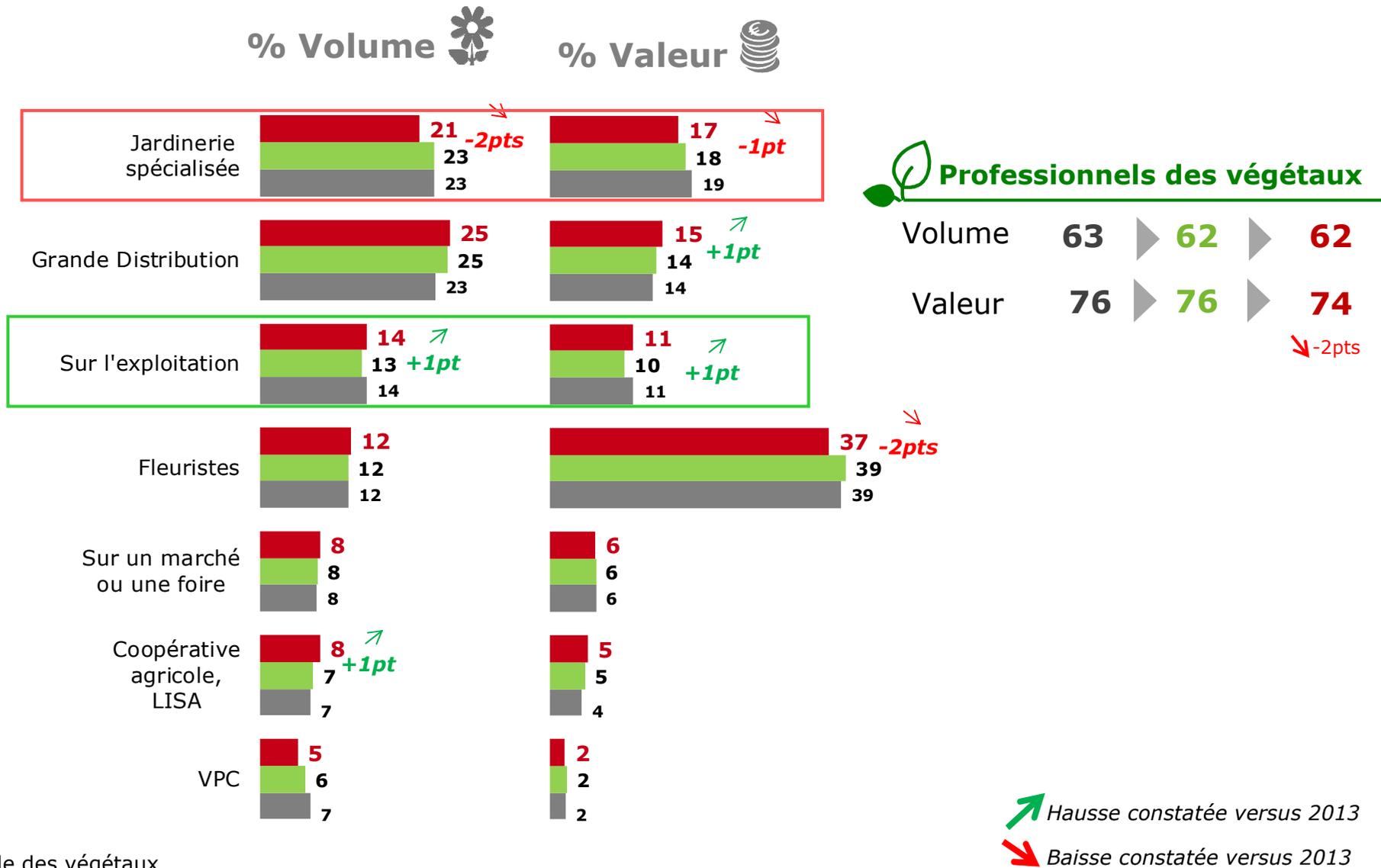
TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



Recul notable des professionnels des végétaux en part de marché valeur, tiré par les fleuristes. L'exploitation gagne 1 point de part de marché en volume et valeur.



Base : ensemble des végétaux

Le recul en part de marché valeur des fleuristes s'explique par une baisse notable du panier moyen, 3 euros de moins qu'en 2013

		Exploitation horticole		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		14,7	14,0	13,0 -1,0
Somme moyenne		58,7€	56,0€	57,7€ +1,7

Prix moyen autour de 4,4€

		Jardinerie spécialisée		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		13,0	13,8	12,1 -1,7
Somme moyenne		58,4€	56,5€	57,0€ +0,5

Prix moyen autour de 4,7€

		Grande Distribution		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		10,4	10,3	9,3 -1,0
Somme moyenne		32,5€	32,5€	32,2€ -0,3

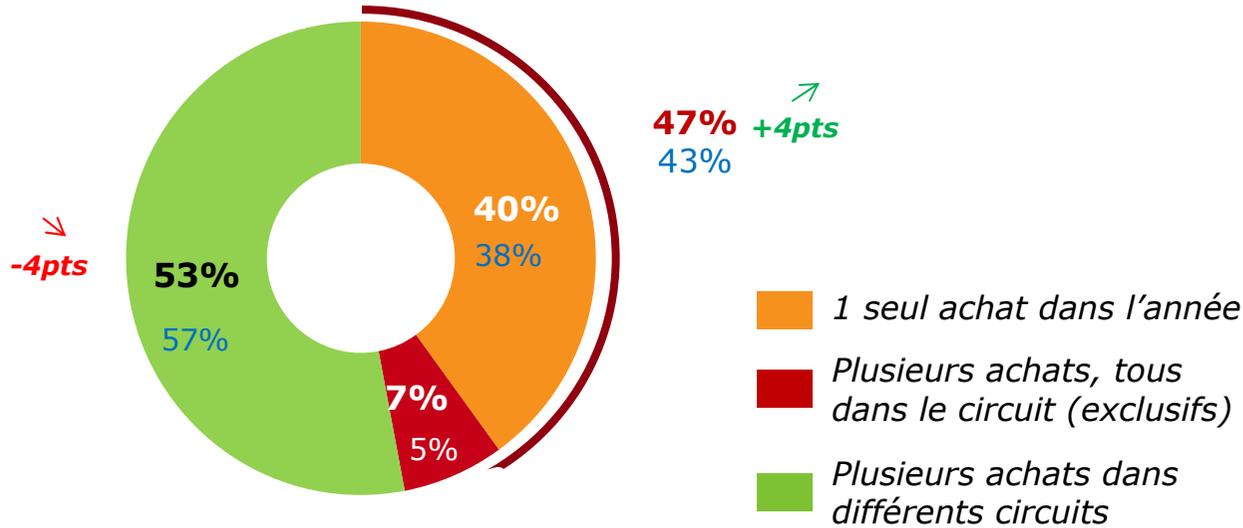
Prix moyen autour de 3,5€

		Fleuriste		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		4,2	4,1	4,1 =
Somme moyenne		75,6€	77,9€	74,9€ -3,0

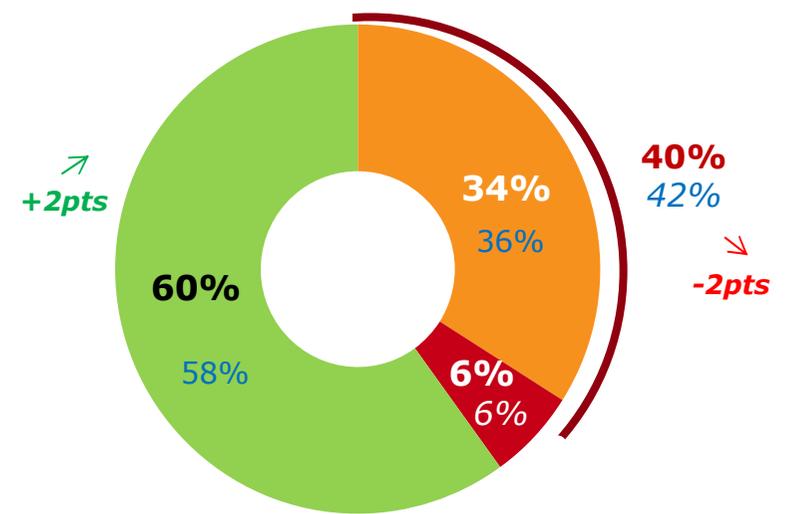
Prix moyen autour de 18,3€

Moins d'acheteurs chez le fleuriste qui effectuent tous leurs achats dans ce circuit. Le poids des « exclusifs » dans ce circuit diminue de 2 points.

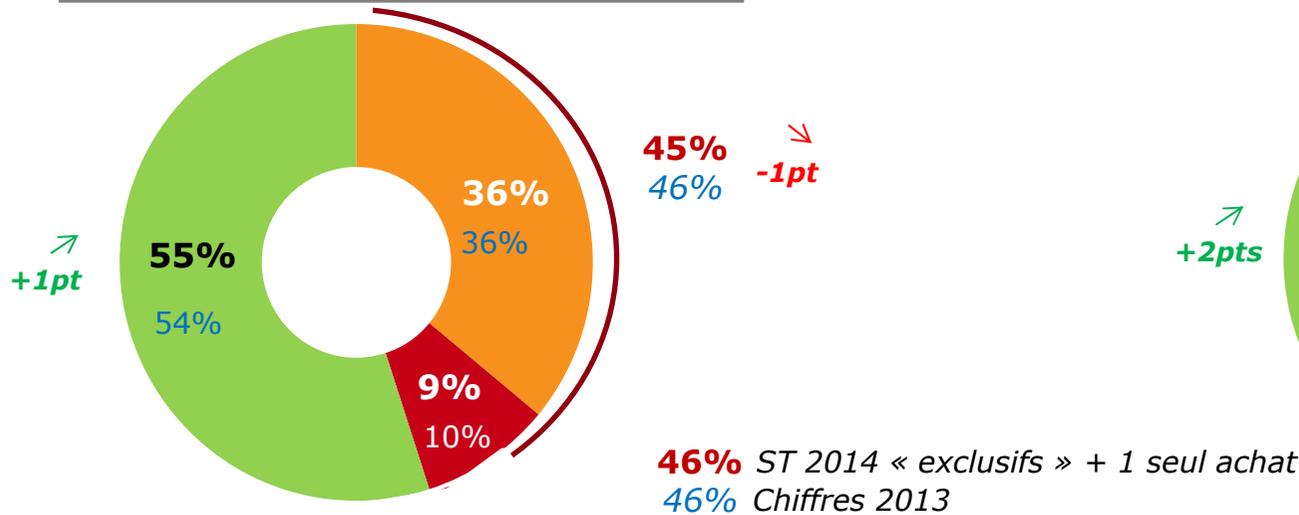
Exploitation horticole



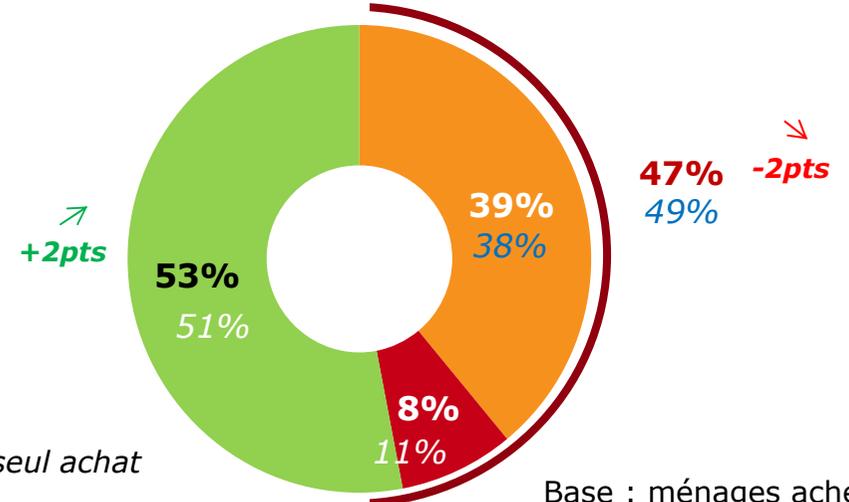
Jardinerie spécialisée



Grande Distribution



Fleuriste



Base : ménages acheteurs

A retenir sur l'ensemble du marché des végétaux d'ornement

Un marché des végétaux d'ornement en berne, impacté par des changements de comportement d'achat, visibles sur les 3 marchés :

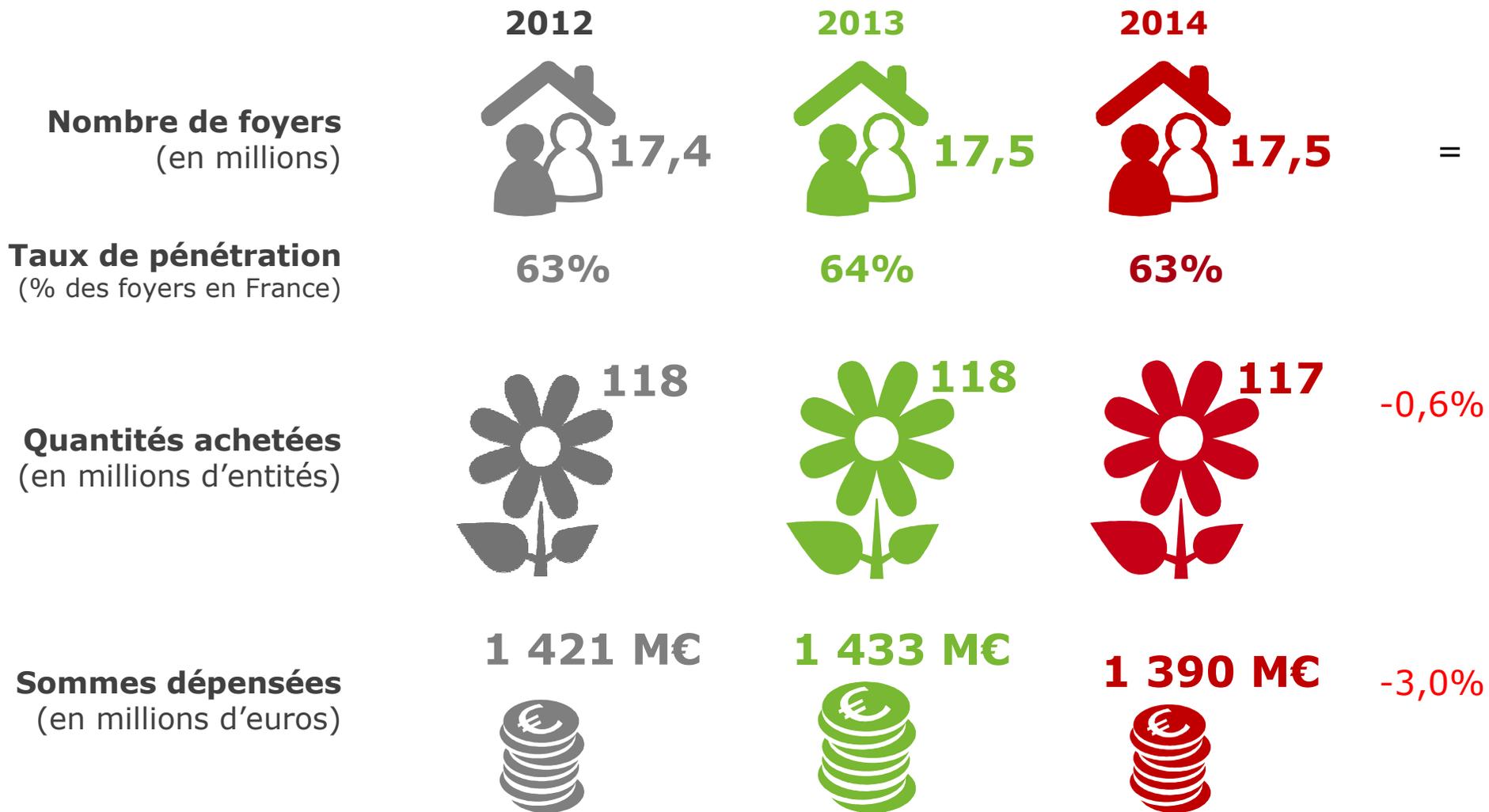
- Diminution du taux de ménages acheteurs (-1pt)
 - Diminution des quantités achetées et des sommes dépensées (respectivement -6,4% et -2,3%)
 - Diminution du panier moyen (-1,6 en volume et -2,4€ en sommes dépensées)
 - Comportement d'achat des gros acheteurs moins soutenu
-
- Un recul du marché tiré par la moindre performance des fleuristes et des jardineries spécialisées.
 - Malgré un marché en diminution, davantage de ménages se sont rendus dans les exploitations et les coopératives agricoles / LISA.

2

Végétaux d'intérieur : un marché qui recule plus rapidement en sommes dépensées en raison de la moindre performance des fleuristes



Un nombre d'acheteurs de VI identique à l'année passée et une quasi conservation des volumes, mais pour un CA moindre



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Un profil stable des acheteurs de végétaux d'intérieur : des PCS+ en couple, en maison individuelle et aux revenus confortables.

		Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	VI
	Base	7000	5415	4411
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	15%	16%
	35-49 ans	26%	24%	24%
	50-64 ans	28%	29%	29%
	65 ans et plus	29%	32%	31%
PCS du chef de famille	PCS+	32%	32%	33%
	PCS-	28%	26%	26%
	Inactif	40%	42%	41%
Revenus	Moins de 1500€	21%	18%	18%
	1501 à moins de 3000€	51%	52%	52%
	3001€ et plus	28%	30%	30% -
Taille du foyer	1 personne	35%	32%	32% +
	2 personnes	33%	35%	35% -
	3 personnes	14%	14%	15%
	4 personnes et plus	18%	19%	18%
Région	Région parisienne	18%	17%	18%
	Nord-Est	22%	23%	22%
	Ouest	23%	24%	24%
	Sud-ouest	12%	12%	11%
	Sud-est	25%	24%	25%
Logement	Maison	60%	64%	63%
	Appartement	40%	36%	37%



Des acheteurs de végétaux d'intérieur, plus que l'ensemble de la population :

- ✓ en couple
- ✓ en maison individuelle
- ✓ aux revenus confortables

Versus 2013 :

- ✓ Progression de l'achat chez des personnes seules dans leur foyer (indépendamment de l'âge)
- ✓ Diminution de l'achat chez les couples, et chez les revenus aisés.

XX% : significativement > référence nationale
XX% : significativement < référence nationale
+/- : significativement > 2013



TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



Un comportement d'achat en forte baisse de valeur, alors que les volumes sont quasiment préservés. Un prix moyen de l'achat au même niveau qu'il y a 2 ans.

PANIER MOYEN ANNUEL

Nombre moyen de végétaux par acheteur



Somme moyenne dépensée par acheteur



2012

5,9

66,8 €

11,4 €

2013

5,9

68,3 € ^{-1,5€}

11,6 € ^{+0,2€}

2014

5,8 ^{-0,1}

66,1 € ^{-2,2€}

11,4 € ^{-0,2€}

Soit en prix moyen par végétal :

Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Moins d'acheteurs dans chacune des catégories, car sans doute moins de mixité entre les catégories. Seules les plantes en pots progressent en part de marché volume et valeur



Plantes en pot

	2012	2013	2014	
Acheteurs (en %)	77	77	76	-1pt
Volume (en %)	54	54	55	+1pt
Valeur (en %)	45	45	47	+2pts



Au sein des plantes en pot, la **grande distribution** (1^{er} circuit volume) génère 30% des volumes et 20% en valeur, alors que les **fleuristes** (2nd circuit volume) génèrent 24% des volumes et 36% en valeur



Fleurs coupées à la pièce

	2012	2013	2014	
Acheteurs	41	40	39	-1pt
Volume	16	15	15	=
Valeur	20	20	19	-1pt



Bottes déjà préparées

	2012	2013	2014	
Acheteurs (en %)	44	46	45	-1pt
Volume (en %)	23	24	24	=
Valeur (en %)	18	19	19	=

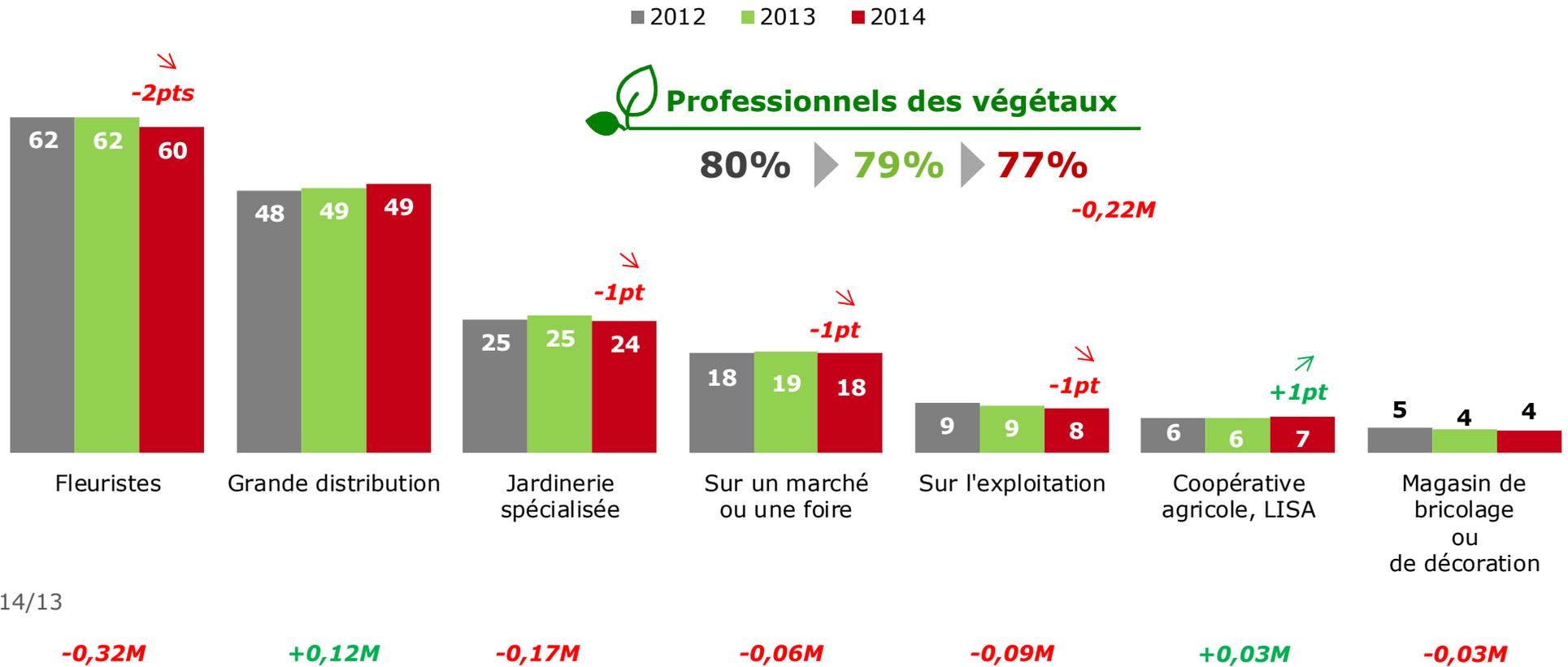


Présentations florales

	2012	2013	2014	
Acheteurs	21	21	21	=
Volume	6	6	6	=
Valeur	16	16	15	-1pt

Les fleuristes bénéficient toujours du plus grand nombre d'acheteurs, mais leur pénétration diminue de 2 points ; la grande distribution progresse encore.

En % acheteurs VI



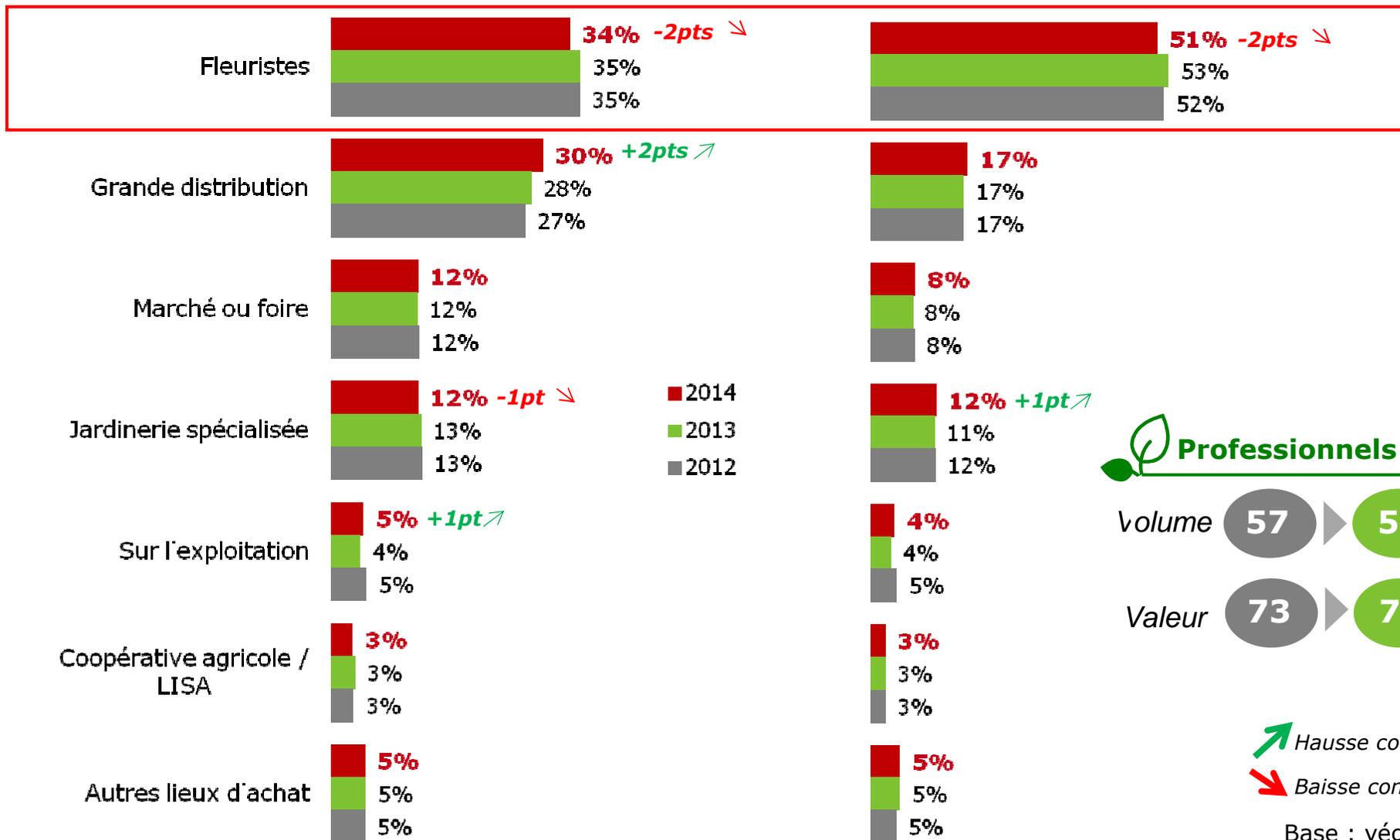
Solde 14/13

↗ Hausse constatée versus 2013
 ↘ Baisse constatée versus 2013

Les fleuristes perdent des parts de marché volume et valeur.
La grande distribution progresse encore de 2 points en volume.

% Volume 

% Valeur 



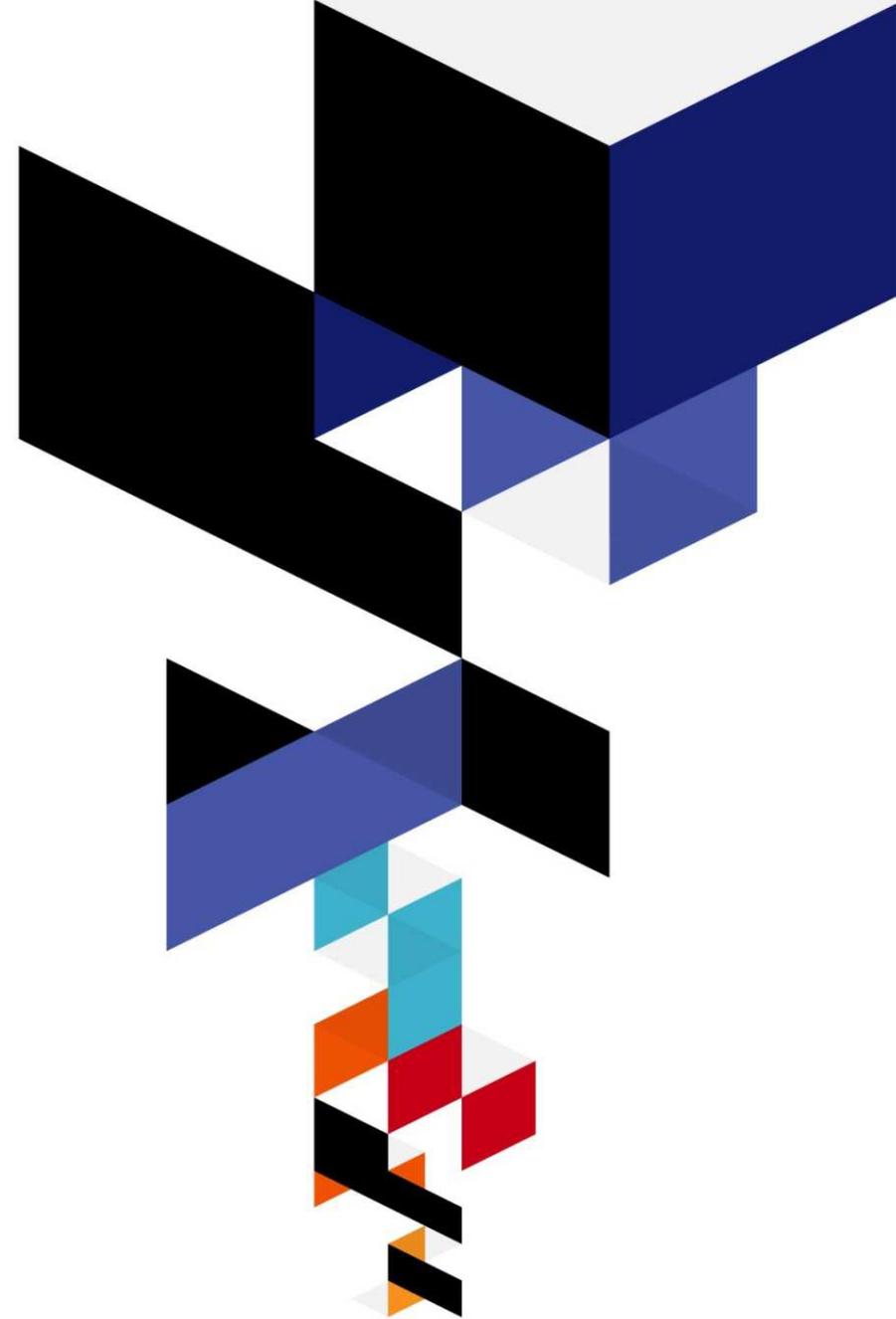
 **Professionnels des végétaux**



 Hausse constatée versus 2013
 Baisse constatée versus 2013

Base : végétaux d'intérieur

Une moindre envie d'offrir des végétaux d'intérieur en 2014



Versus 2013, des français moins généreux pour offrir des végétaux d'intérieur, spécialement pour les personnes présentes dans le foyer.

 **Pour offrir**

 **Pour soi-même**

	2012	2013	2014	
Acheteurs (en %) 	85	86	84	-2pts
Volume (en %) 	59	59	58	-1pt
Valeur (en %) 	73	74	74	=

	2012	2013	2014	
	53	55	54	-1pt
	42	41	42	+1pt
€ 	27	26	26	=



 **A une personne du foyer**

 **A une personne hors du foyer**

	2012	2013	2014	
	32	33	31	-1pt
	12	12	11	-1pt
€ 	15	16	14	-2pts

	2012	2013	2014	
	76	78	74	-2pts
	46	47	47	=
€ 	58	58	60	+2pts

La tendance 2014 à moins offrir de végétaux pour l'intérieur se confirme dans les paniers moyens, que ce soit pour une personne dans le foyer, ou extérieure au foyer.



Pour offrir

	2012	2013	2014	
Nombre moyen	3,8	4,0	3,8	- 0,2
Somme moyenne	55,2€	59,5€	57,3€	-2,2€

Prix moyen autour de 15,0€



Pour soi-même

	2012	2013	2014	
Nombre moyen	4,6	4,4	4,6	+ 0,2
Somme moyenne	33,7€	31,0€	31,9€	+0,9€

Prix moyen autour de 7,0€



A une personne du foyer

	2012	2013	2014	
Nombre	2,2	2,1	2,0	- 0,1
Somme	31,6€	31,5€	30,9€	-0,6€

Prix moyen autour de 15,5€



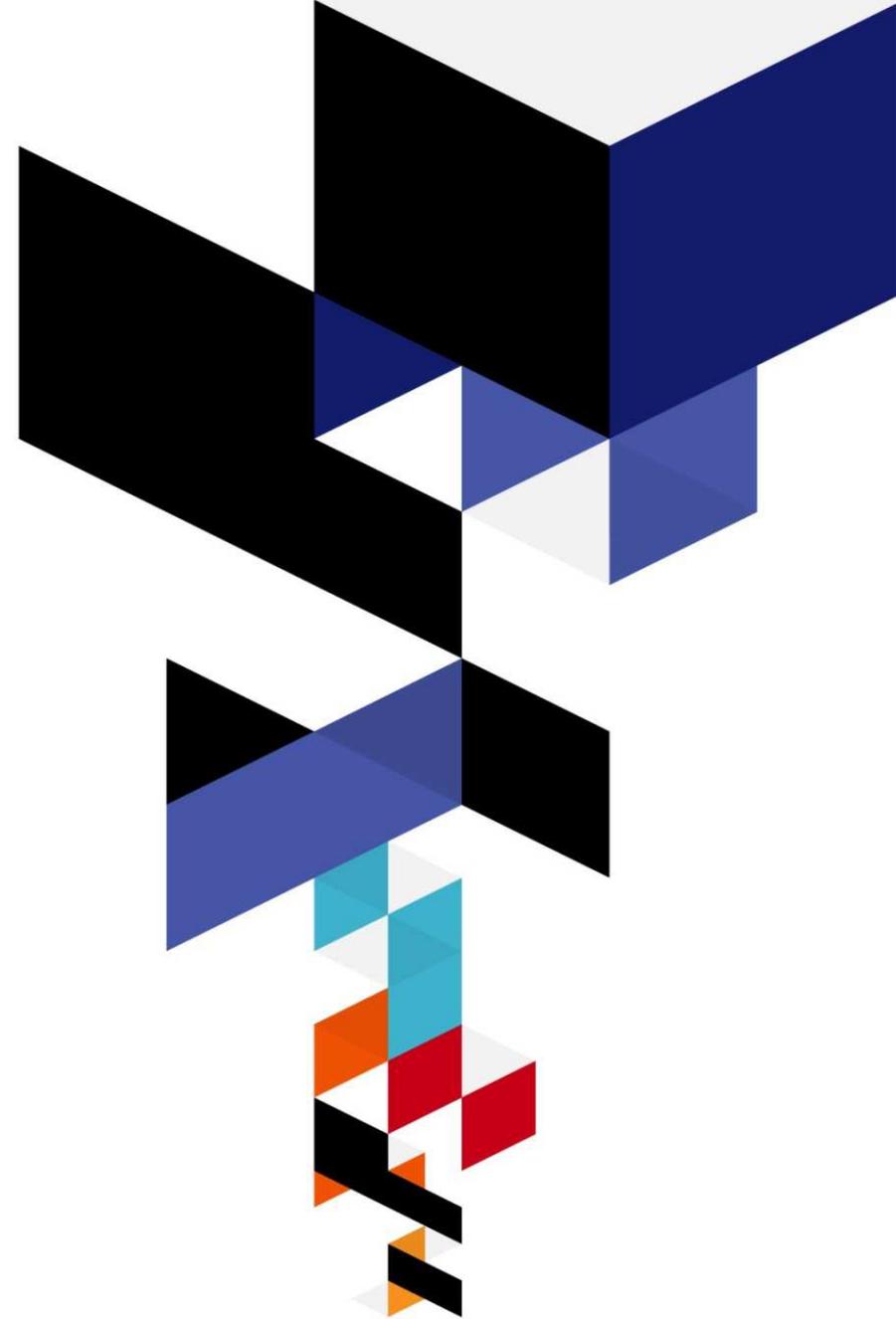
A une personne hors du foyer

	2012	2013	2014	
Nombre	3,4	3,6	3,5	- 0,1
Somme	49,0€	53,1€	52,4€	-0,7€

Prix moyen autour de 15,0€

Base : ménages acheteurs

Les fêtes calendaires ont généré moins de volume et de valeur que les occasions personnelles



Parmi les acheteurs de VI pour offrir, plus de la moitié ont effectué un achat à l'occasion d'une fête calendaire, une part stable versus 2013. Par contre les indicateurs volume et valeur sont en baisse



Fêtes calendaires

	2012	2013	2014	
Acheteurs (en %)	47	51	51	=
Volume (en %)	25	27	25	-2pts
Valeur (en %)	23	26	24	-2pts



Occasions "personnelles"

	2012	2013	2014	
Acheteurs (en %)	85	85	84	-1pt
Volume (en %)	75	73	75	+2pts
Valeur (en %)	77	74	76	+2pts



	1 Noël/fêtes de fin d'année			2 Fête des mères			3 Fête du travail			
Acheteurs (en %)	27	26	25 -1pt	11	18	16 -2pts	8	10	10	=
Volume (en %)	12	11	11	4	6	6	6	5	5	=
Valeur (en %)	11	10	10	5	7	7	3	3	3	=

	1 Anniversaire			2 Invitation			3 Visite			
Acheteurs (en %)	41	43	40 -3pts	35	36	34 -2pts	19	19	19	=
Volume (en %)	19	19	18 -1pt	19	19	19	9	8	9	+1pt
Valeur (en %)	23	23	23	18	17	18 +1pt	7	7	7	=

Base : acheteurs de VI pour offrir



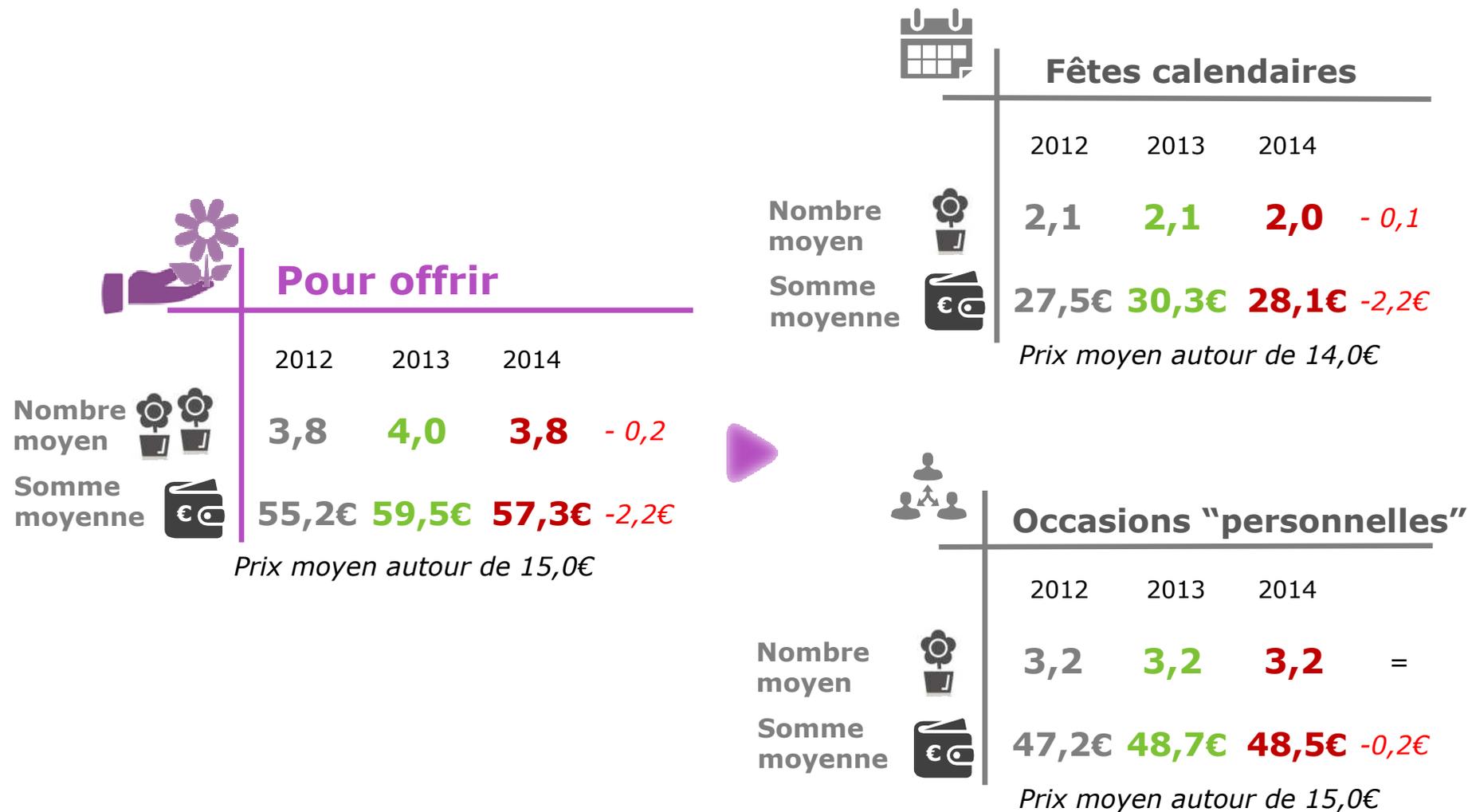
TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



Le panier moyen des fêtes calendaires un peu plus affecté en 2014 que celui des occasions personnelles.



Base : ménages acheteurs

Quelques progressions dans les Top 5 des espèces les plus achetées pour offrir ou pour soi. Des espèces plus spécifiques à un usage qu'à un autre...

Volume
(en %)



Pour offrir

	2013	2014	
Fleurs coupées	50	48	-2pts
Rose	30	29	-1pt
Lys	5	5	
Tulipe	4	4	
Gerbera	5	4	
Œillet	3	3	

Plantes fleuries	47	48	+1pt
Orchidée	11	11	
Jacinthe	7	6	-1pt
Muguet en pot	3	4	+1pt
Cyclamen	3	3	
Azalée	3	3	

Plantes vertes	2	2	
Plantes grasses	2	2	

Significativement plus pour offrir

Significativement plus pour soi



Pour soi-même

	2013	2014	
Fleurs coupées	38	39	+1pt
Rose	14	15	+1pt
Tulipe	7	6	-1pt
Œillet	3	4	+1pt
Gerbera	2	2	
Pivoine	1	2	+1pt
Lys	2	2	

Plantes fleuries	48	49	+1pt
Orchidée	7	7	
Jacinthe	7	7	
Cyclamen	4	4	
Primevère	1	2	+1pt
Mini-rosier	1	2	+1pt
Kalanchoé	2	2	
Bégonia	2	2	

Plantes vertes	10	8	-2pts
Plantes grasses	5	5	

En sommes dépensées, le palmarès est à peu près identique. L'Orchidée génère plus de valeur que de volume

Valeur €
(en %)



Pour offrir

	2013	2014	
Fleurs coupées	55	54	<i>-1pt</i>
Rose	37	36	<i>-1pt</i>
Lys	8	8	
Gerbera	6	5	<i>-1pt</i>
Tulipe	4	4	
Marguerite	2	3	
Plantes fleuries	42	43	<i>+1pt</i>
Orchidée	14	14	
Jacinthe	4	3	<i>-1pt</i>
Azalée	3	3	
Cyclamen	2	2	
Muguet en pot	2	2	
Plantes vertes	3	3	
Plantes grasses	1	1	

Significativement plus pour offrir

Significativement plus pour soi



Pour soi-même

	2013	2014	
Fleurs coupées	40	41	<i>+1pt</i>
Rose	18	18	
Tulipe	5	5	
Lys	3	3	
Œillet	3	3	
Pivoine	1	2	<i>+1pt</i>
Gerbera	3	2	
Plantes fleuries	45	47	<i>+2pts</i>
Orchidée	12	12	
Jacinthe	4	3	<i>-1pt</i>
Cyclamen	3	3	
Azalée	3	3	
Mini-rosier	1	2	<i>+1pt</i>
Plantes vertes	11	9	<i>-2pts</i>
Plantes grasses	4	2	<i>-2pts</i>

Versus 2013, moins de ménages ont offert des VI à l'occasion de la fête des mères. On observe que le panier moyen en valeur diminue d'environ un euro.

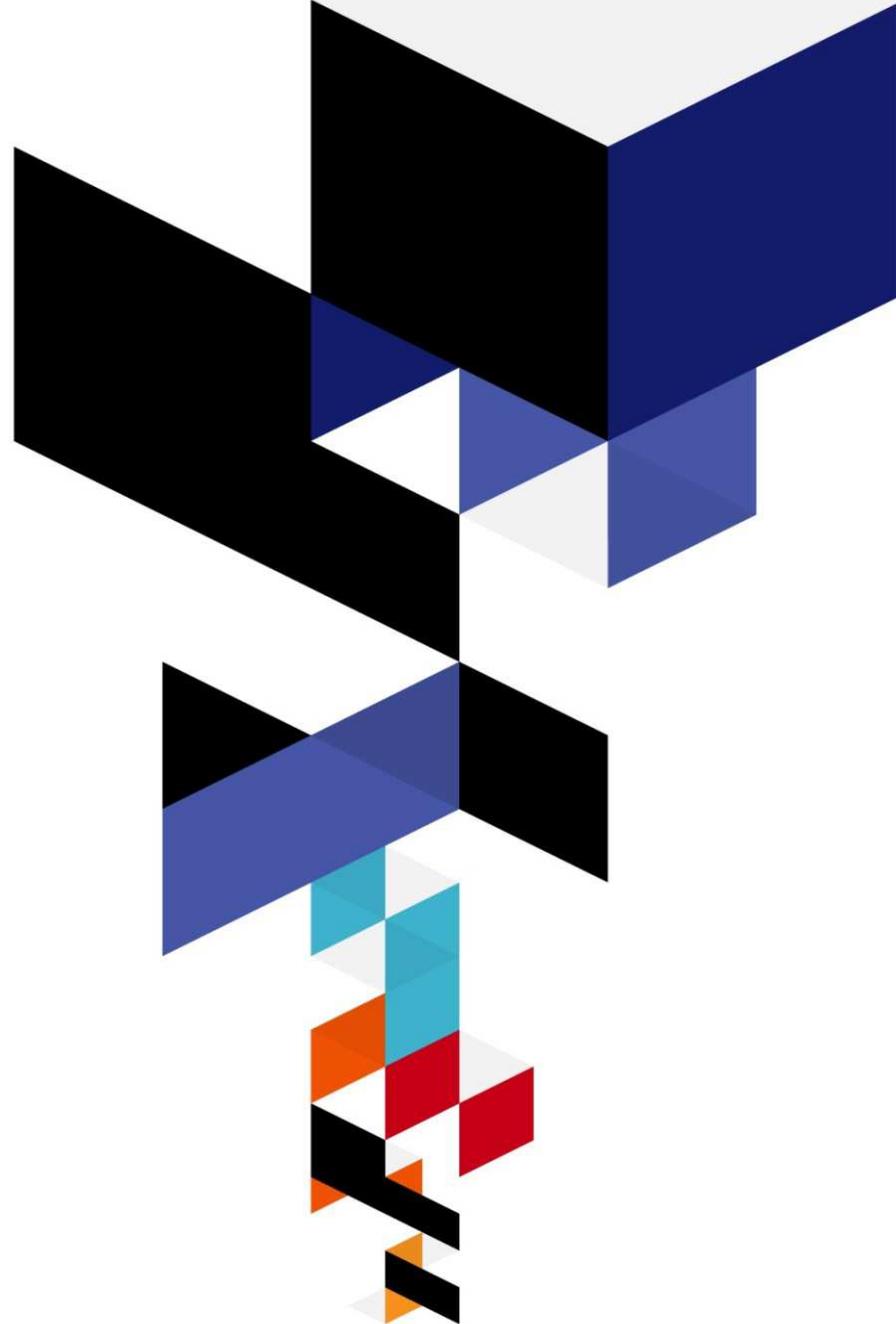
Fête des mères

		2012	2013	2014	
% des foyers en France		6%	10%	9%	-1pt
Somme moyenne dépensée par foyer		24,6 €	24,7€	23,6€	-1,1€

Les 2 principaux circuits fréquentés (en SD)		Fleuriste	60%	61%	61%	=
		Grande distribution	12%	13%	12%	-1pt
Les principales catégories achetées (en SD)		Plantes fleuries	30%	31%	24%	-7pts
		Bottes déjà préparées	16%	17%	24%	+7pts
		Fleurs coupées	23%	23%	22%	-1pt



Une hausse du marché du sapin naturel portée par la performance des Nordmanns



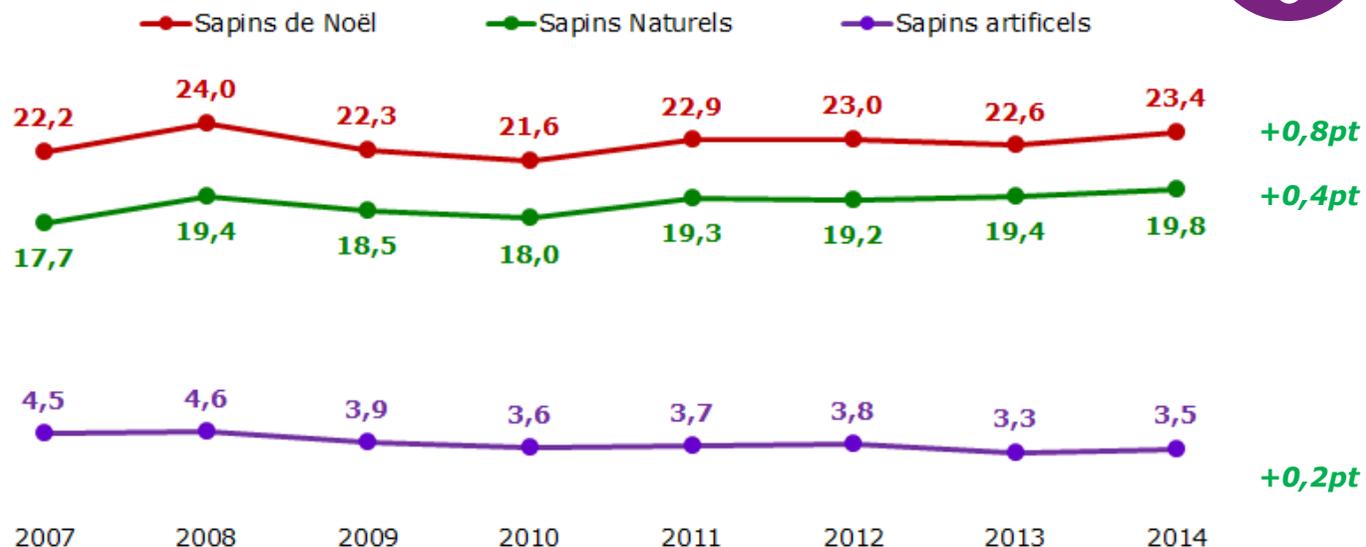


Sapins de Noël



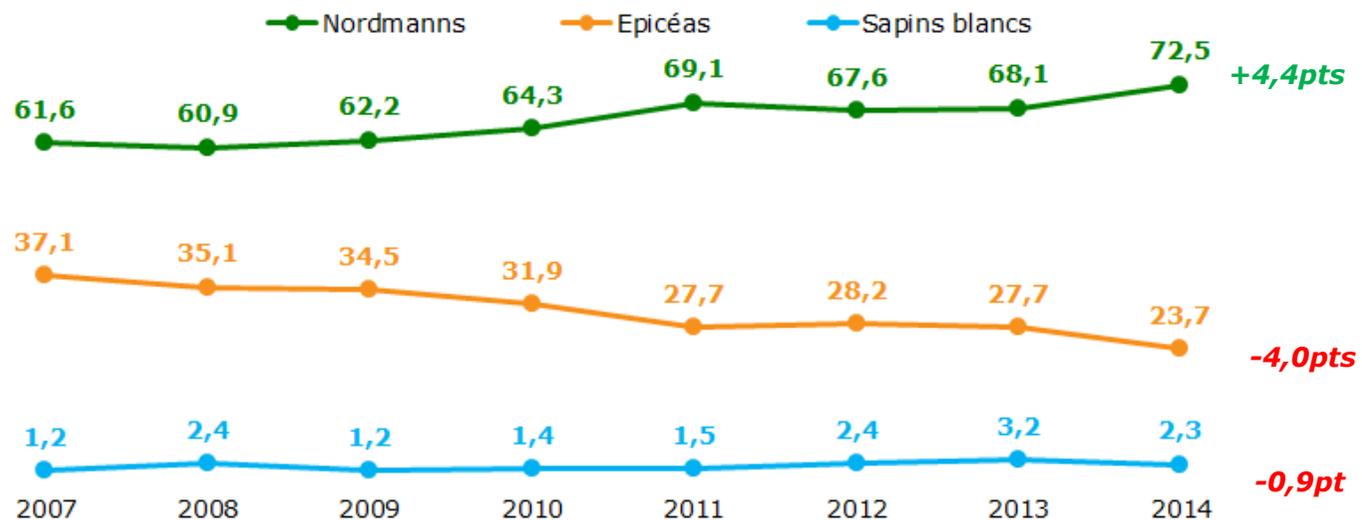
Légère **hausse du taux d'acheteurs de sapins en 2014**, naturels comme artificiels.

% acheteurs



Au sein des sapins naturels, **en volume**, les **Nordmanns gagnent 4 pts** de part de marché au détriment des épicéas.

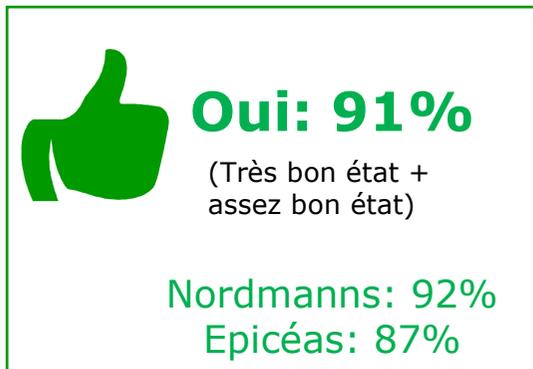
% volume





Plus de 6 acheteurs de sapin naturel sur 10 déclarent que leur sapin naturel restent en très bon état jusqu'à Noël ; ceux qui achètent chez un spécialiste du végétal ont une perception plus positive de l'état de leur sapin

Est-ce que le jour de Noël votre sapin naturel vous paraît en bon état ?
(c'est-à-dire qu'il conserve encore ses aiguilles et qu'il n'est pas défraîchi)



Nord : 81%
Retraité/Inactif: 76%
65 ans et plus: 83%



Une meilleure perception pour les Nordmanns

67%

Nordmanns

52%

Epicéas



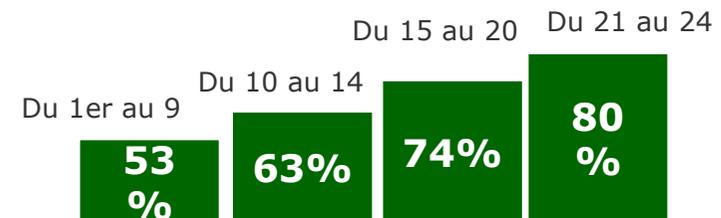
Une meilleure perception pour les sapins achetés chez les spécialistes

Spécialistes du végétal **65%**

Généralistes **62%**



Une perception très corrélée avec la date d'achat



Bleu : Significativement supérieur à l'ensemble

Bases: Acheteurs de sapins naturels (n=940)



2 acheteurs de sapin naturel sur 10 déclarent utiliser une méthode pour conserver leur sapin jusqu'au jour de Noël. A noter que près de 3 acheteurs sur 10 ne savent pas quelle méthode utiliser.

Est-ce que vous utilisez des méthodes pour que votre sapin naturel garde son état de fraîcheur initiale, au moins jusqu'au jour de Noël ?

Oui: 21%



Dont...

Si oui, que faites-vous pour conserver son état de fraîcheur initiale ?

Le pied dans un récipient d'eau



Garde à l'extérieur



Brumisation



Le pied dans un récipient avec du sable mouillé



Dans une pièce pas trop chauffée



Autres méthodes



Non: 79%



Pourquoi ?

Je n'en ai jamais eu besoin



Je ne sais pas quelle méthode utiliser



L'état de fraîcheur du sapin n'est pas important pour moi



Bases: Acheteurs de sapins naturels (n=940)

A retenir sur le marché des végétaux d'intérieur

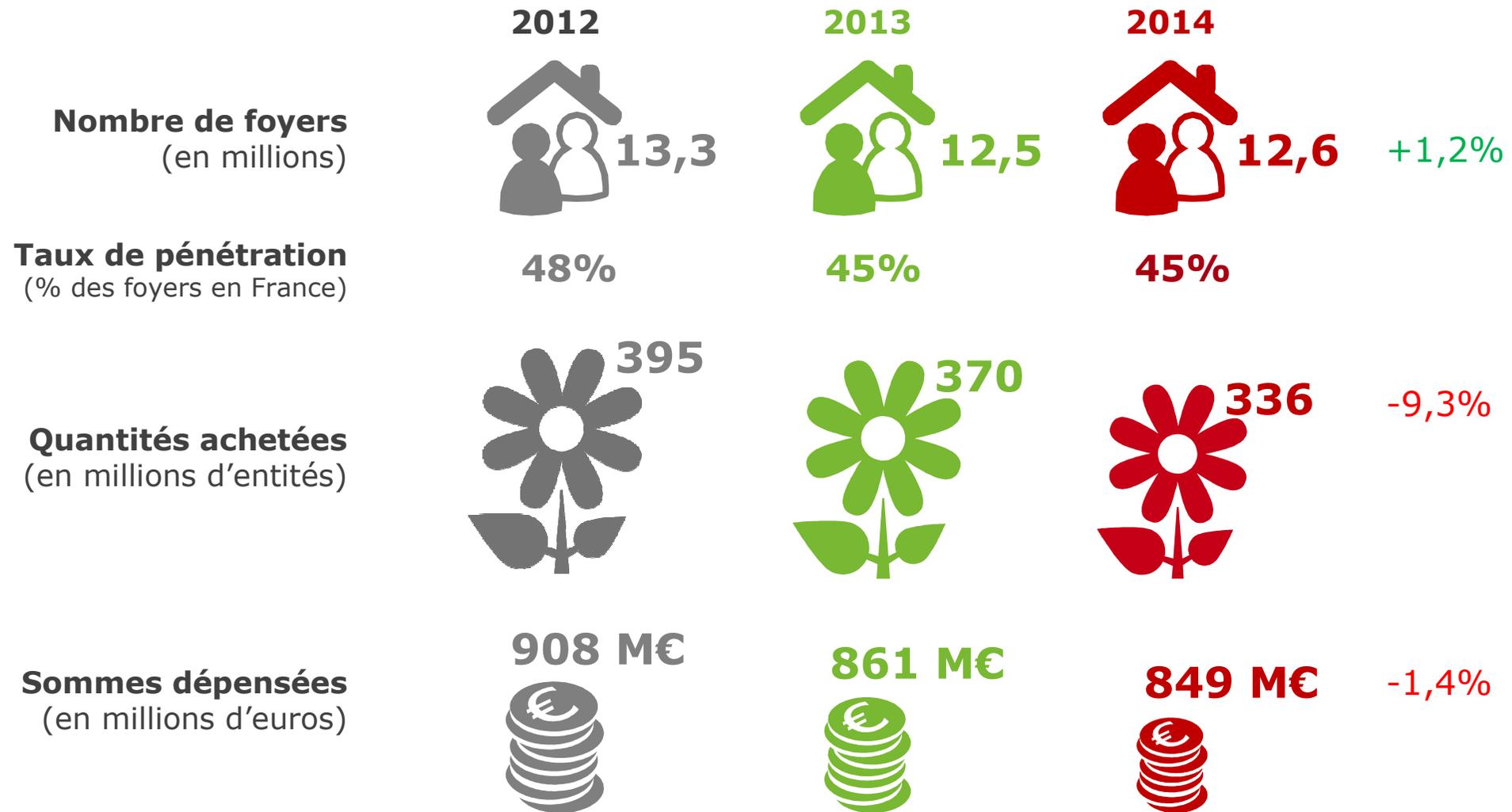
- Alors que l'année 2013 était une année de reprise sur ce marché, l'année 2014 est plus mitigée pour les végétaux d'intérieur ; un marché qui perd surtout de la valeur (-3%) alors que les volumes sont quasi stables (-0,6%).
- Cette diminution des indicateurs volume et valeur est surtout tirée par la moindre performance des fleuristes qui perdent 2 points de part de marché en volume et en valeur, à l'inverse la grande distribution gagne en part de marché volume et voit ses quantités augmenter de 0,12M.
- Versus 2013, les végétaux d'intérieur en tant que cadeau diminuent : la tendance 2014 à moins offrir de végétaux pour l'intérieur se confirme dans les paniers moyens. Les Français semblent avoir été moins généreux pour les fêtes calendaires (-2pts en volume et en valeur), notamment lors de la fête des mères.
- Par contre le marché des sapins naturels se portent encore mieux qu'en 2013 : le nombre de foyers acheteurs et les indicateurs volume et valeur sont en hausse. Mais cette progression est inégale selon les espèces, le Nordmann est en forte hausse alors que l'Epicéa continue de décliner depuis plusieurs années.

3

Végétaux d'extérieur : un nombre d'acheteurs en progression mais des indicateurs volume et valeur dans le rouge



Même si le nombre d'acheteurs à légèrement progressé, les volumes de VE achetés ont fortement reculé ; plus vite que les sommes dépensées.



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Un profil particulier pour les acheteurs de végétaux d'extérieur : des séniors en couple, en maison individuelle et aux revenus confortables. En 2014, accentuation des caractéristiques d'âge et de revenus.

		Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	VE
	Base	7000	5415	3178
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	15%	13%
	35-49 ans	26%	24%	22% -
	50-64 ans	28%	29%	31%
	65 ans et plus	29%	32%	34% +
PCS du chef de famille	PCS+	32%	32%	32%
	PCS-	28%	26%	23%
	Inactif	40%	42%	45%
Revenus	Moins de 1500€	21%	18%	15% -
	1501 à moins de 3000€	51%	52%	51%
	3001€ et plus	28%	30%	34%
Taille du foyer	1 personne	35%	32%	28%
	2 personnes	33%	35%	39%
	3 personnes	14%	14%	14%
	4 personnes et plus	18%	19%	19%
Région	Région parisienne	18%	17%	16%
	Nord-Est	22%	23%	23%
	Ouest	23%	24%	24%
	Sud-ouest	12%	12%	12%
	Sud-est	25%	24%	25%
Logement	Maison	60%	64%	72%
	Appartement	40%	36%	28%



Des acheteurs de végétaux d'extérieur, plus que l'ensemble de la population :

- ✓ séniors et donc inactifs
- ✓ en couple
- ✓ en maison individuelle
- ✓ aux revenus confortables

Versus 2013 :

- ✓ Moins de 35-49 ans chez les acheteurs au profit des 65 ans ou plus
- ✓ Moins de foyers à revenus faibles.

XX% : significativement > référence nationale

XX% : significativement < référence nationale

+/- : significativement > 2013

Un comportement d'achat en forte baisse de volume : 3 végétaux de moins par foyer acheteur sur l'année ; compensé en partie par une hausse du prix moyen du végétal.

PANIER MOYEN ANNUEL

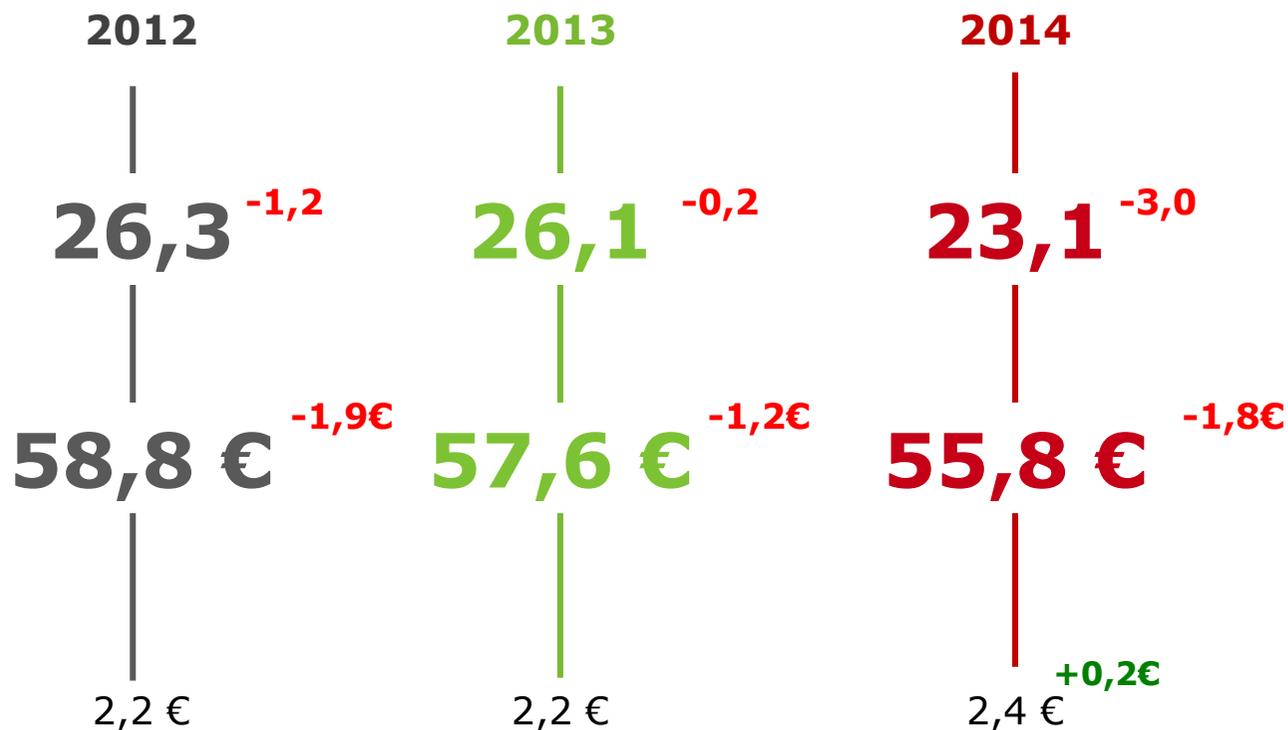
Nombre moyen de végétaux par acheteur



Somme moyenne dépensée par acheteur



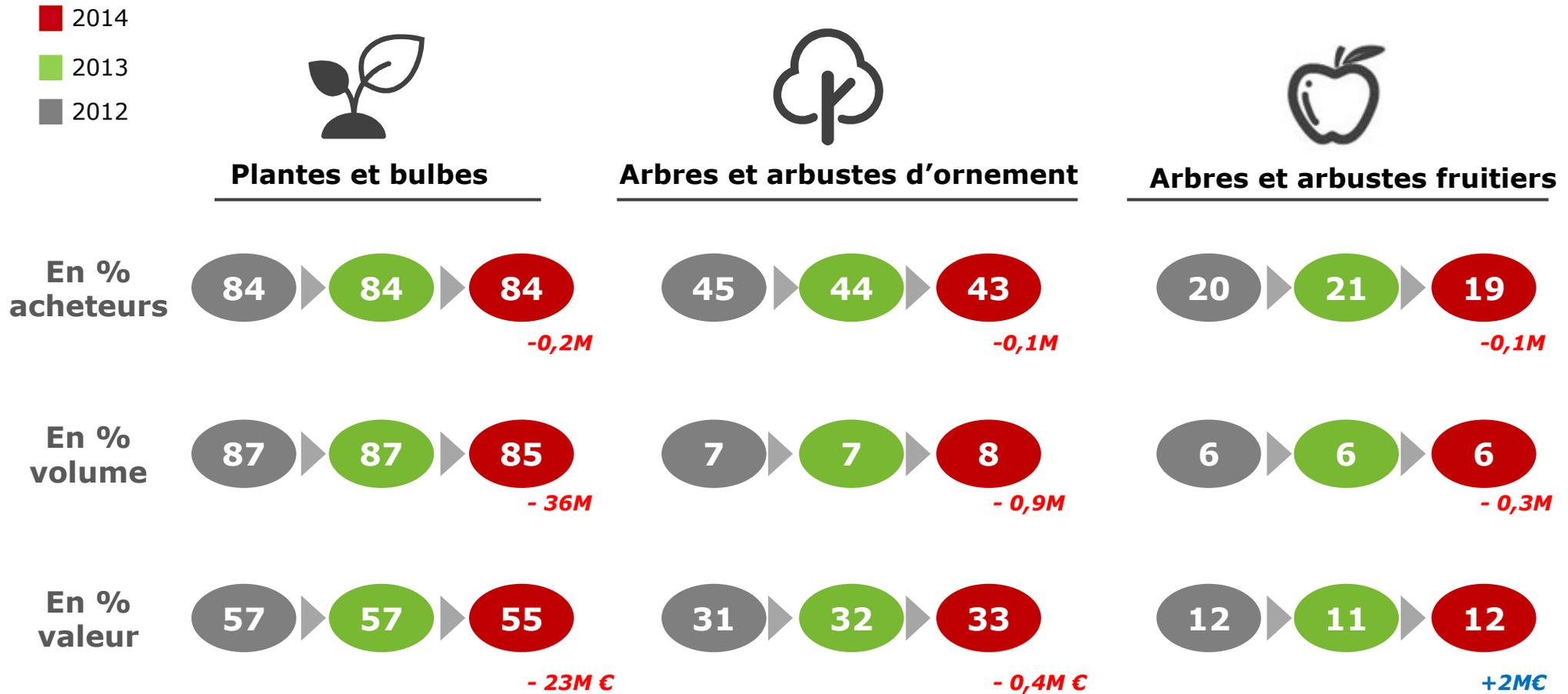
Soit en prix moyen par végétal :



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Aucune des grandes catégories ne paraît souffrir plus qu'une autre de la baisse de ce marché. Cependant si l'on extrapole les parts de marché, les plantes et bulbes sont les végétaux qui accusent les plus fortes pertes.



Base : acheteurs et achats de VE

Au sein des plantes et bulbes les hiérarchies de catégories ne changent pas. Néanmoins, comme en 2013, les géraniums sont affectés sur les trois principaux indicateurs et de manière encore plus forte.



Plantes à massif

	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	45	44	43 - 1pt
Volume (en %)	31	31	30 - 1pt
Valeur (en %)	15	15	15 =



Géraniums

	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	35	34	31 - 3pt
Volume (en %)	18	17	15 - 2pts
Valeur (en %)	14	13	11 - 2pts



Vivaces

	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	23	24	25 + 1pt
Volume (en %)	4	5	5 =
Valeur (en %)	7	6	7 + 1pt



Bulbes et oignons

	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	22	22	22 =
Volume (en %)	28	28	29 + 1pt
Valeur (en %)	6	6	6 =



Graines

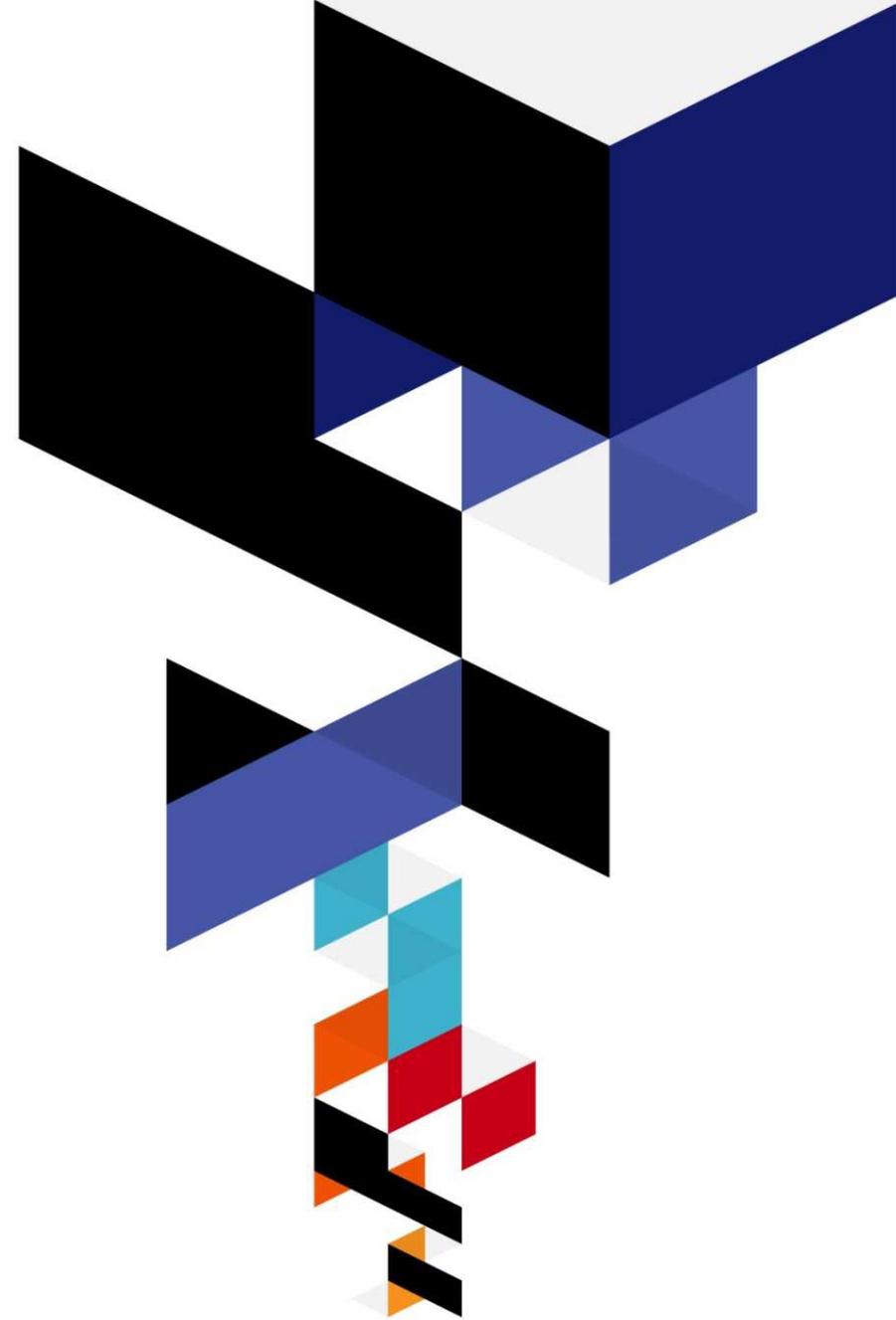
	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	18	17	17 =
Volume (en %)	2	2	2 =
Valeur (en %)	4	4	4 =



Rosiers

	2012	2013	2014
Acheteurs (en %)	15	15	17 + 2pts
Volume (en %)	2	2	2 =
Valeur (en %)	8	9	9 =

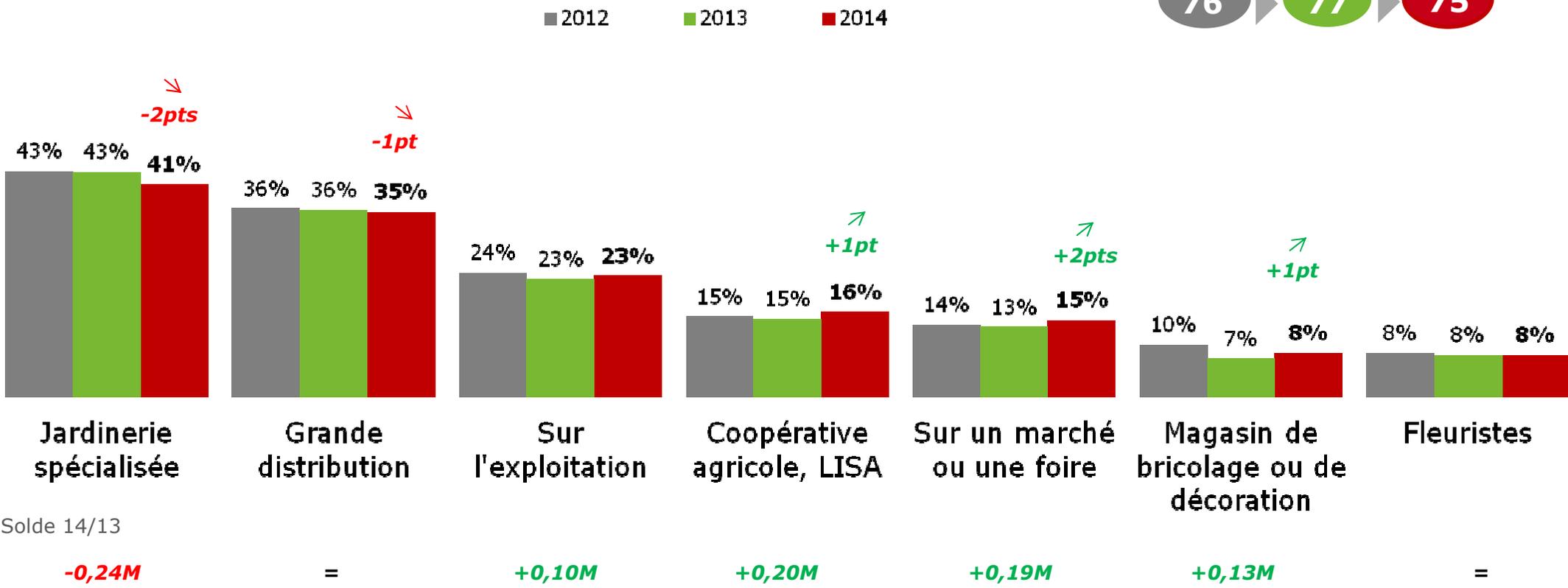
Au sein des VE, la jardinerie spécialisée
est le circuit qui souffre le plus



Sur ce marché des végétaux d'extérieur, la jardinerie spécialisée est le premier circuit en nombre d'acheteurs. Ce circuit a particulièrement souffert en pénétration en 2014

En % acheteurs de VE

 **Professionnels des végétaux**



Solde 14/13

 Hausse constatée versus 2013
 Baisse constatée versus 2013

Base : ménages acheteurs de VE



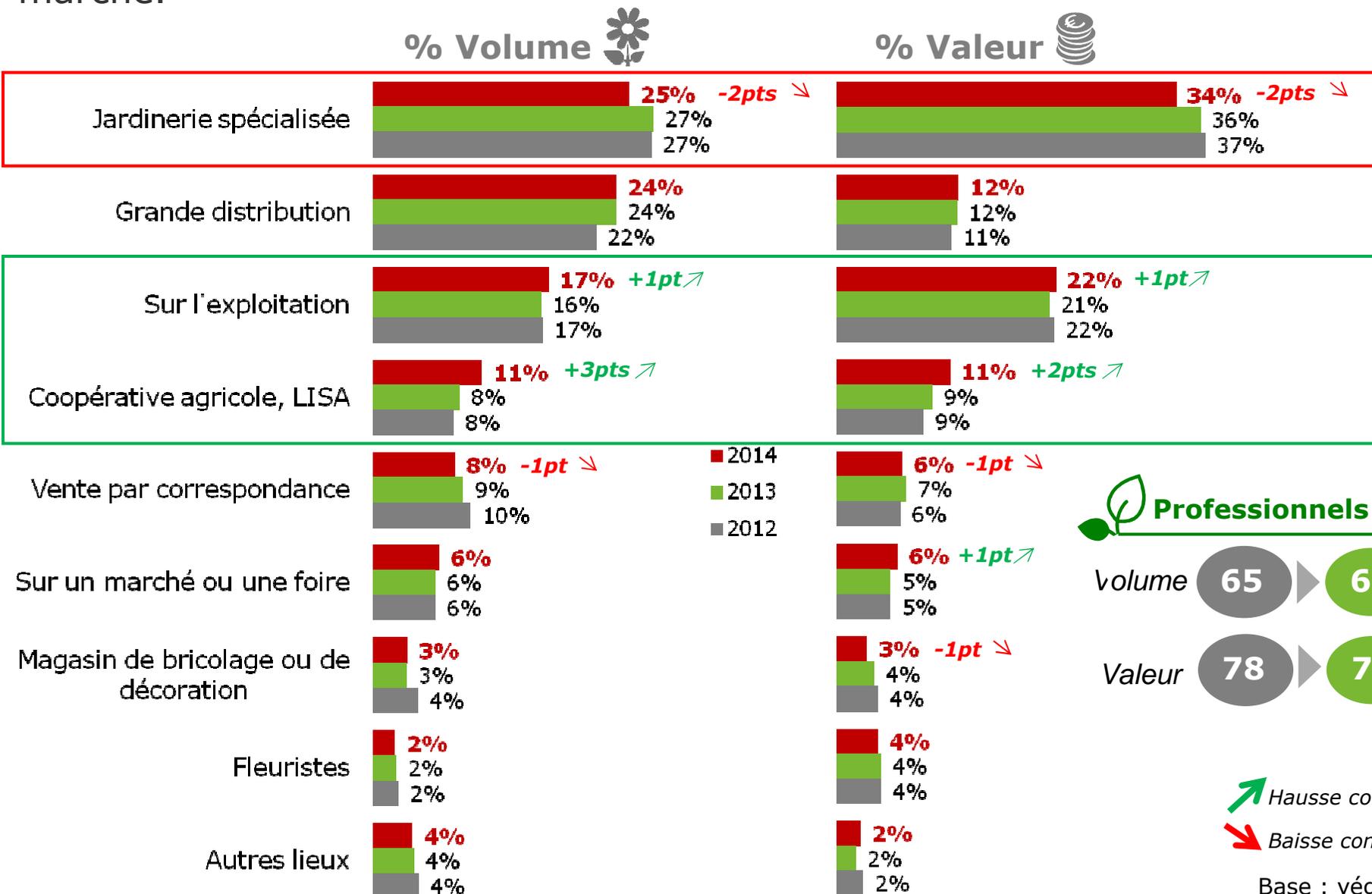
TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



La jardinerie spécialisée a perdu 2 points de parts de marché volume et valeur versus l'an dernier. Les exploitations et les coopératives ont repris des parts de marché.



Professionnels des végétaux



 Hausse constatée versus 2013
 Baisse constatée versus 2013
 Base : végétaux d'extérieur

Sauf en coopérative agricole / LISA, les paniers moyens volume et valeur sont en recul pour l'année 2014

Jardinerie spécialisée

	2012	2013	2014	
Nombre moyen 	15,6	17,2	14,6	- 2,6
Somme moyenne 	50,1€	47,7€	45,9€	- 1,8€

Prix moyen autour de 3,1€

Grande Distribution

	2012	2013	2014	
Nombre moyen 	16,6	17,7	15,2	- 2,5
Somme moyenne 	18,8€	20,6€	19,3€	- 1,3€

Prix moyen autour de 1,3€

Exploitation horticole

	2012	2013	2014	
Nombre moyen 	18,6	18,7	16,8	- 1,9
Somme moyenne 	50,3€	51,7€	50,9€	- 0,8€

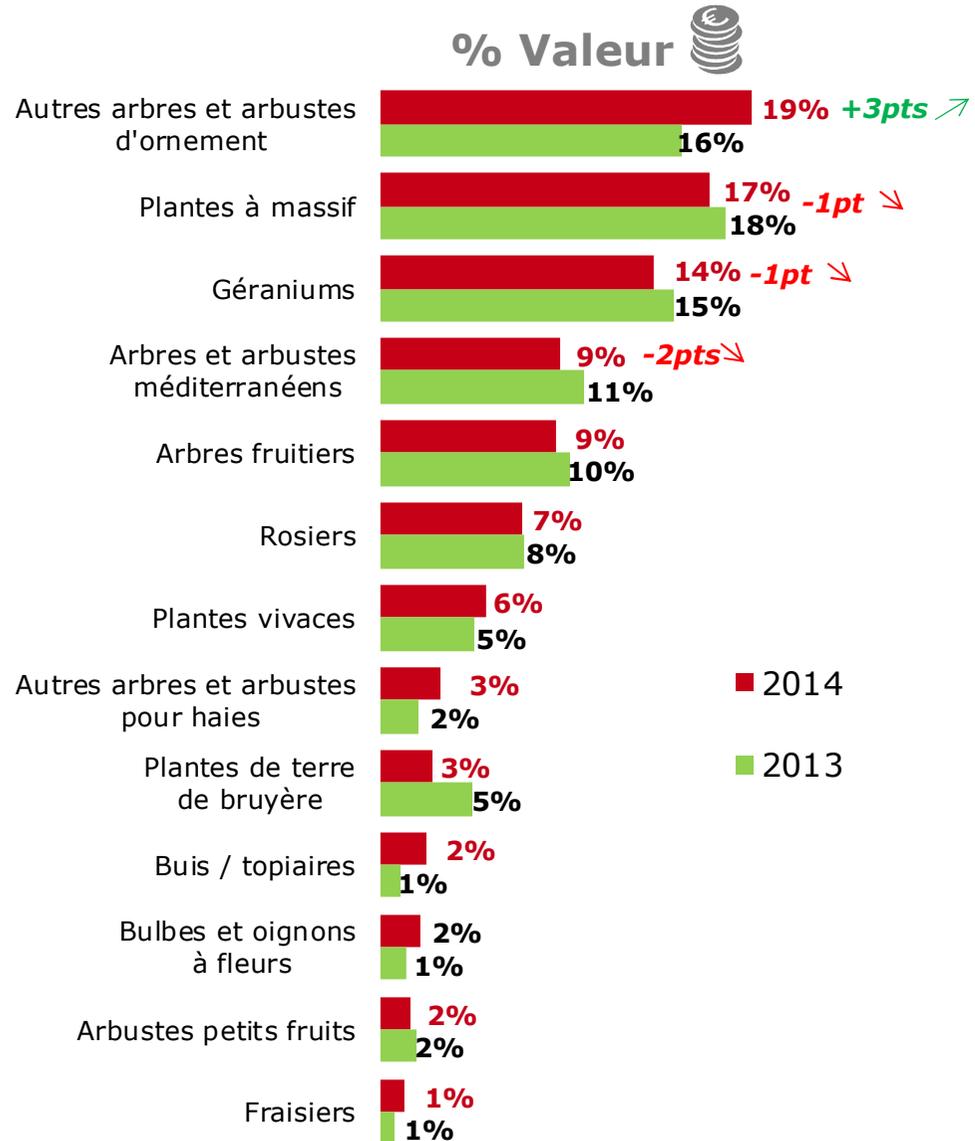
Prix moyen autour de 3,0€

Coopérative agricole

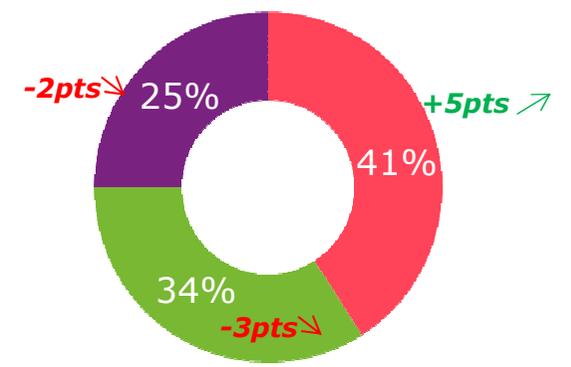
	2012	2013	2014	
Nombre moyen 	13,7	12,9	14,2	+ 1,3
Somme moyenne 	34,1€	33,9€	38,3€	+ 4,4€

Prix moyen autour de 2,7€

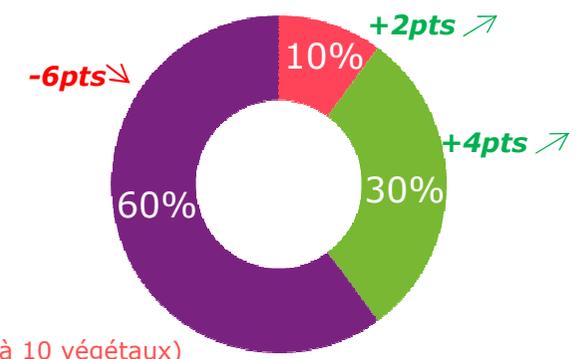
Focus sur les exploitations : la hausse en PDM valeur est notamment portée par les arbres et arbustes d'ornement. Versus 2013, les petits et moyens acheteurs ont davantage contribué aux marchés des VE sur l'exploitation



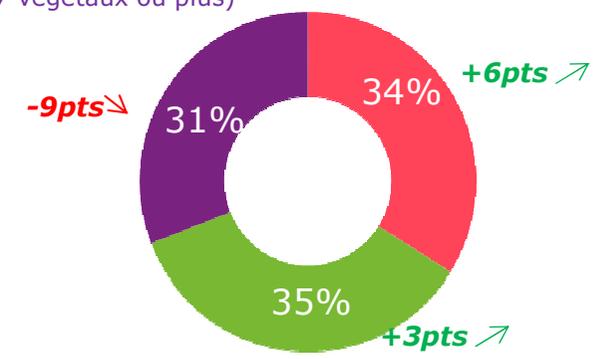
Acheteurs



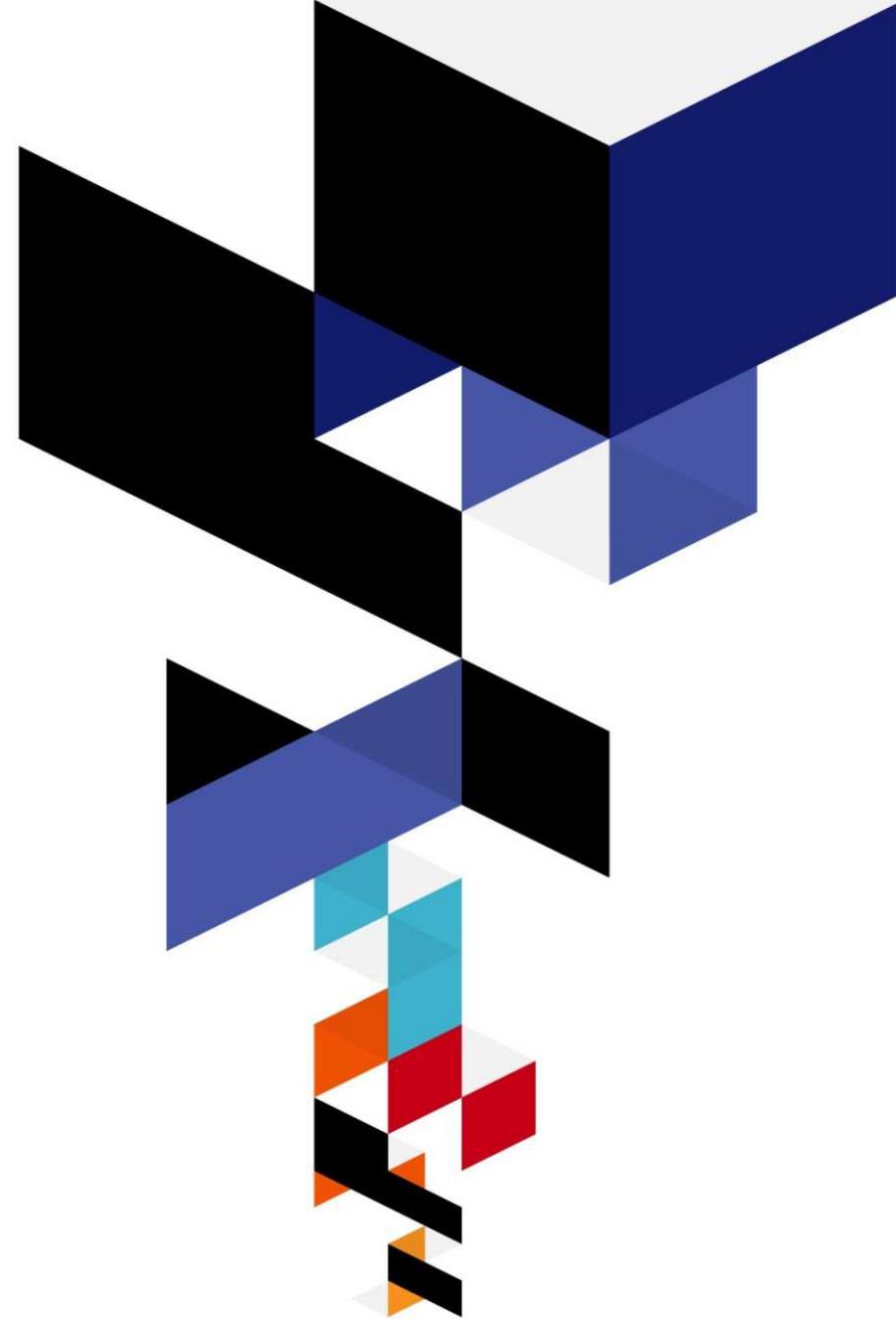
Quantités achetées



Sommes dépensées



Un recul du marché des VE principalement tiré par la diminution notable des achats à destination des terrasses/balcons



Les terrasses et les balcons ont été moins source d'achat en 2014 que l'année précédente qui avait vu une embellie auprès des jardiniers urbains.

	Jardin				Terrasse, balcon,...				
	2012	2013	2014	=		2012	2013	2014	
Nombre de foyers (en millions)	9,7	9,3	9,3		Nombre de foyers (en millions)	7,8	7,4	7,0	- 0,4M
Volume (en %)	66	63	67	+ 4pts	Volume (en %)	34	37	33	- 4pts
Valeur (en %) €	70	69	72	+ 3pts	Valeur (en %) €	30	31	28	- 3pts
Nombre moyen	23,3	22,5	20,7	- 1,8	Nombre moyen	15,9	16,6	14,3	- 2,3
Somme moyenne	54,7€	53,3€	53,4€	+ 0,1€	Somme moyenne	30,8€	31,0€	29,6€	- 0,4€
	Prix moyen autour de 2,3€				Prix moyen autour de 2,0€				

Base: acheteurs et achats de VE en fonction de la destination

Forcément des profils d'acheteurs différents en fonction de la destination des végétaux pour l'extérieur.

		Jardin		Terrasse, balcon	
		2013	2014	2013	2014
		Base 2345	2341	1854	1769
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	12%	12%	10%	12% +
	35-49 ans	25%	23%	23%	21%
	50-64 ans	31%	32%	32%	31%
	65 ans et plus	32%	33%	35% +	36%
PCS du chef de famille	PCS+	32%	33%	30%	30%
	PCS-	23%	22%	21%	23%
	Inactif	45%	45%	49%	47%
Revenus	Moins de 1500€	15%	15%	18%	17%
	1501 à moins de 3000€	49%	51%	49%	51%
	3001€ et plus	36%	34%	33%	32%
Taille du foyer	1 personne	23%	24%	30%	31%
	2 personnes	42%	41%	41%	40%
	3 personnes	15%	14%	13%	13%
	4 personnes et plus	20%	21%	16%	16%
Région	Région parisienne	13%	13%	17%	18%
	Nord-Est	24%	23%	25%	24%
	Ouest	28%	27%	23%	21%
	Sud-ouest	13%	13%	12%	12%
	Sud-est	22%	24%	23%	25%
Logement	Maison	84%	83%	66% +	62%
	Appartement	16%	17%	34%	38% +

Les acheteurs pour le **jardin** : des **familles**, en **maison** individuelle dans **l'Ouest** de la France, aux **revenus aisés**.
Sans évolution versus 2013

Les acheteurs pour les **terrasses, balcons et rebords de fenêtre** (en opposition aux jardins) : des **urbains**, en **appartement**, **séniors**, seul au foyer et aux **revenus modestes**.

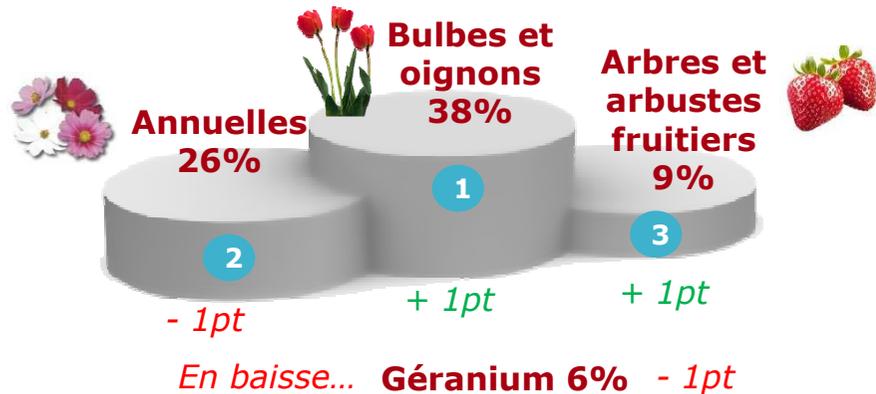
Cette année, accentuation du fleurissement des **appartements**, avec une légère progression du poids des **très jeunes acheteurs**

XX% : significativement > autre population
+/- évolution significative versus année précédente

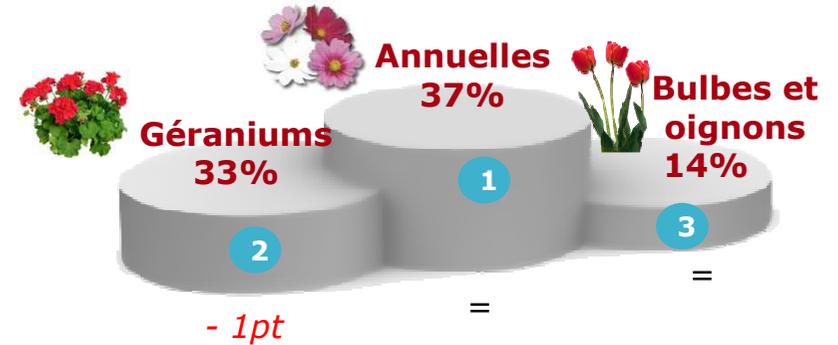
Des types de plantes différentes selon la destination. Les géraniums, bien qu'en baisse, restent sur le podium du top 3 à destination des terrasses et balcons.

% volume
2014

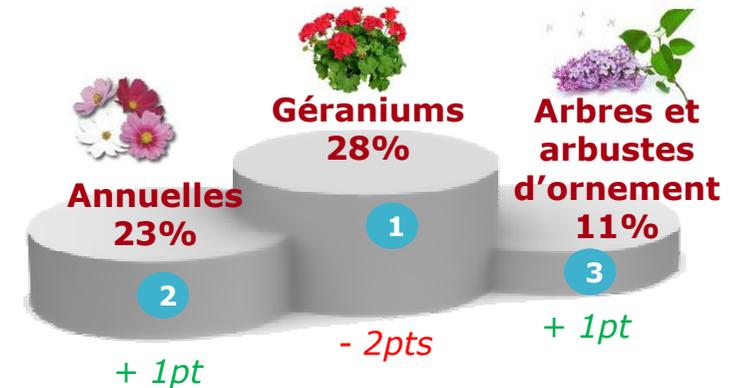
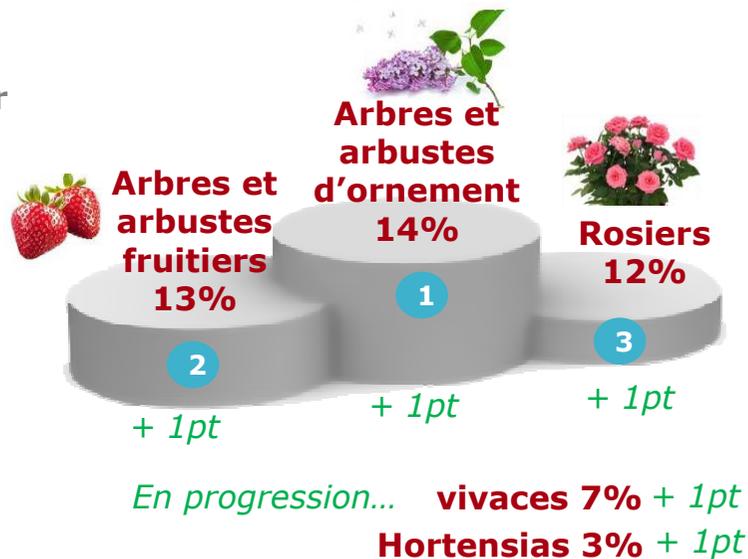
Jardin



Terrasse, balcon,...



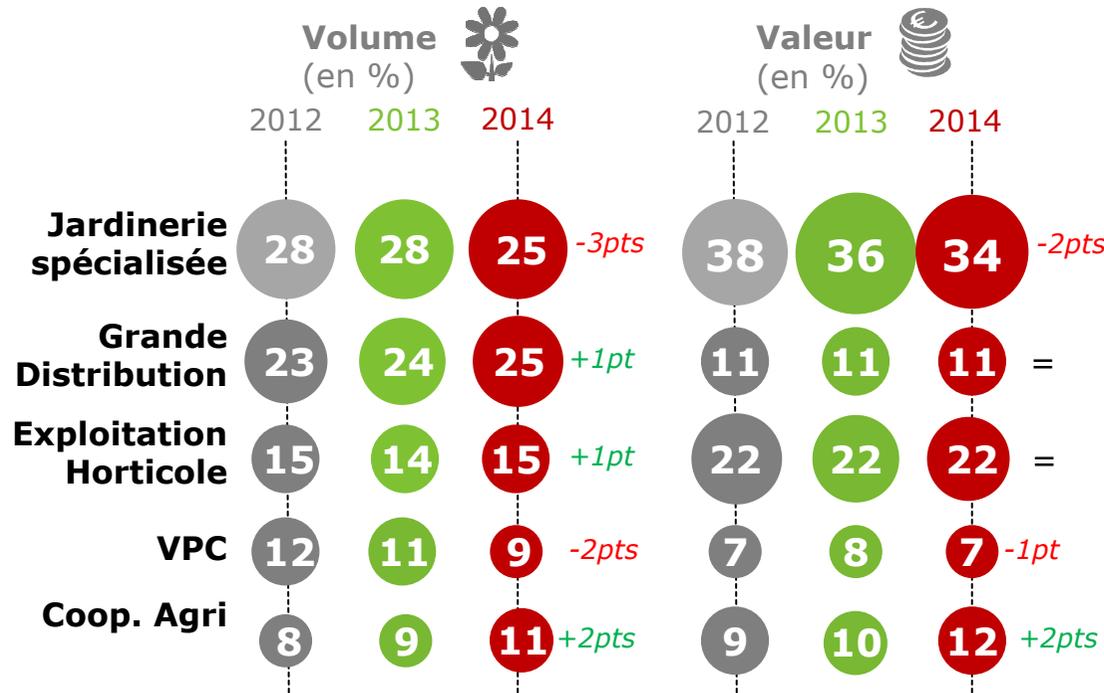
% valeur
2014



En progression...

Arbustes méditerranéens 9% + 2pts
Plantes de terre de bruyère 4% + 1pt

Hiérarchie des circuits et performances différentes en fonction de la destination des végétaux d'extérieur.



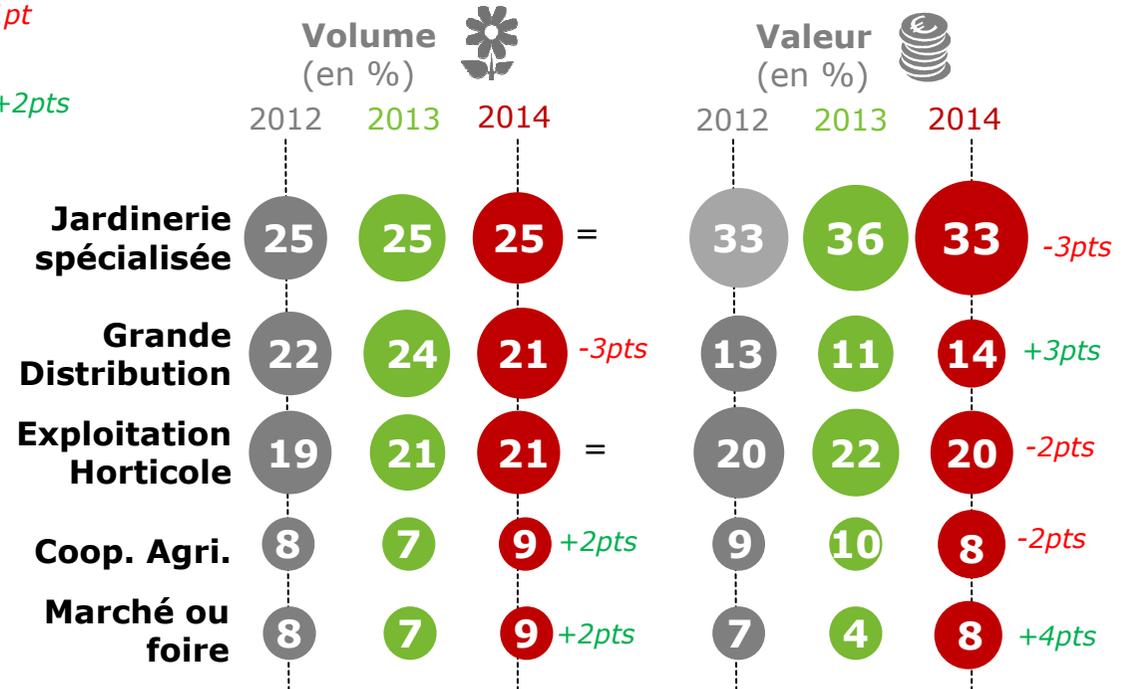
Jardin

Comme pour l'ensemble des végétaux d'extérieur, la jardinerie spécialisée est en recul.



Terrasse, balcon...

La jardinerie souffre également sur ce segment de marché, alors que la grande distribution y consolide sa part de marché valeur.



A retenir sur le marché des végétaux d'extérieur

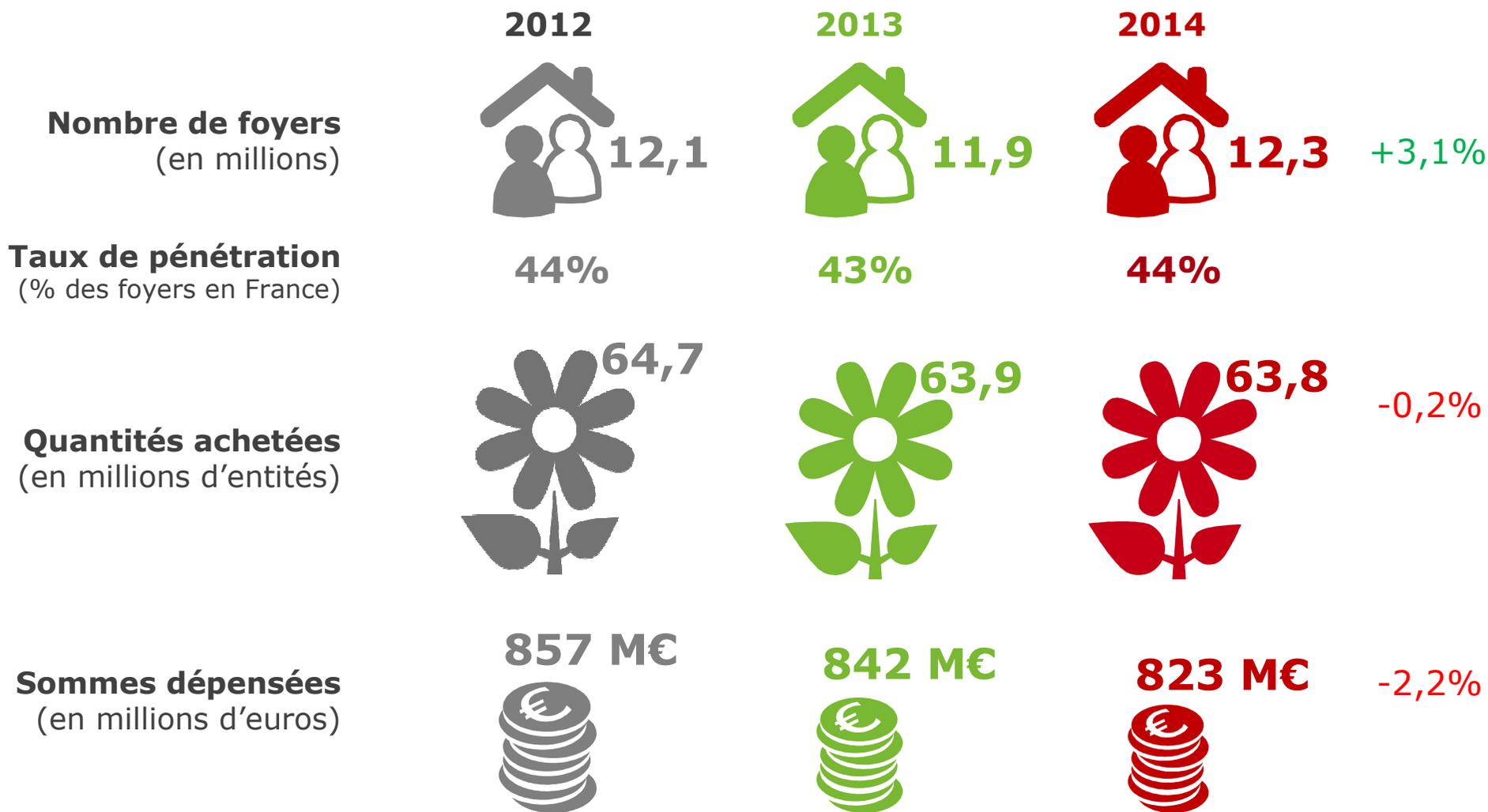
- Un nombre d'acheteurs en progression mais des indicateurs volume et valeur en baisse notable. En parallèle, on observe que le profil des acheteurs est plus âgé qu'en 2013.
- Le comportement d'achat s'érode principalement en volume : 3 végétaux de moins par foyer acheteur sur l'année ; compensé en partie par une hausse du prix moyen du végétal.
- La forte baisse du marché est principalement tirée par le recul notable des plantes et bulbes.
- La jardinerie spécialisée, principal circuit en nombre d'acheteurs, est le circuit qui souffre le plus en 2014 : la pénétration recule de 2 point, de même que les parts de marché volume et valeur. Cette diminution « profite » notamment aux exploitations et aux coopératives.
- Les terrasses et les balcons ont été moins sources d'achat en 2014 que l'année précédente : moins d'acheteurs, des indicateurs volume et valeur en forte baisse.
- La jardinerie souffre sur ces deux segments de marché, alors que la grande distribution consolide sa part de marché valeur pour la terrasse/balcon.

4

Végétaux pour le cimetière et les obsèques : la Toussaint maintient l'activité



Végétaux pour le cimetière et les obsèques : progression de la pénétration ; maintien des volumes, mais recul du CA de ce segment de marché.



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

Toujours une forte polarisation du marché autour de la date clé du 1^{er} novembre. L'entretien des sépultures perd tendanciuellement du poids sur ce marché.



Toussaint

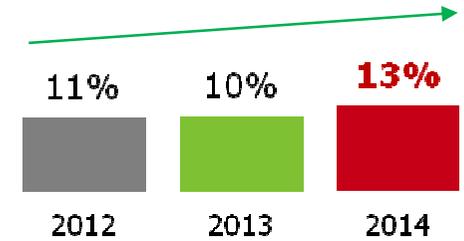
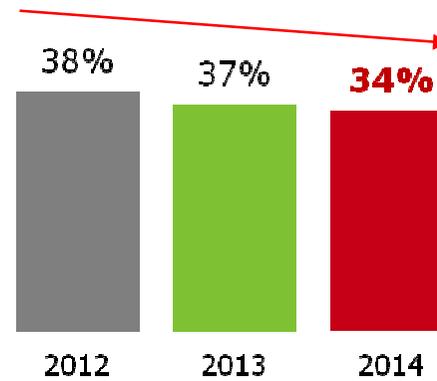
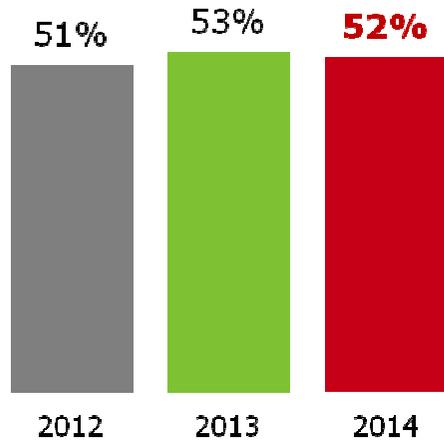


Entretien des sépultures

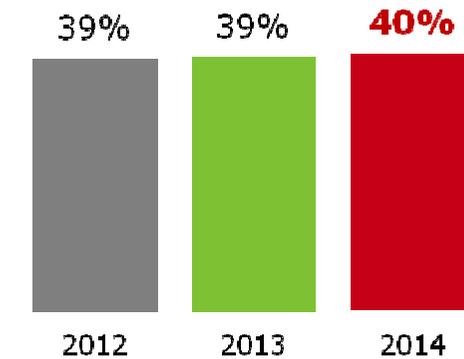
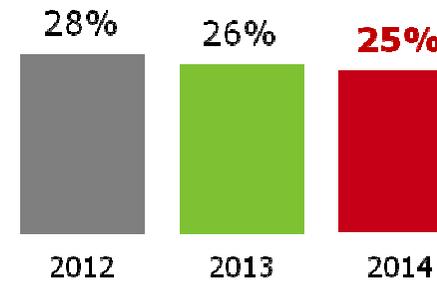
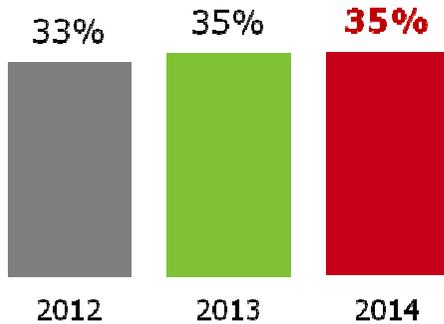


Cérémonie funéraire

% Volume



% Valeur



Cimetière et obsèques un marché tributaire du cycle de la vie



Toussaint



Entretien des
sépultures



Cérémonie
funéraire

Caractéristiques
socio-
démographiques
saillantes versus
la population
Française

Retraités

50 ans ou +

Couples

Villes de moins de 100 000 habitants

Province (hors Méditerranée)

Ce qui bouge
versus 2013

En hausse

PCS+, 25 à 34 ans,
seul au foyer

En baisse

Inactifs, 35 à 49 ans,
familles, revenus
faibles

En hausse

PCS+,
50 à 64 ans

En baisse

Inactifs, 35 à 49 ans
ou 65 ans et plus

En hausse

PCS-, 65 ans et plus,
Région Parisienne

En baisse

PCS+, 50 à 64 ans,
revenus élevés

Base : acheteur CIM



TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



Des évolutions différentes par occasion, qui mettent en avant des comportements différents.



Toussaint

Chiffres clés

Acheteurs
(en millions)

Volume
(en millions)

Valeur
(en millions)

Nombre moyen

Somme moyenne

	2012	2013	2014
Acheteurs (en millions)	9,3M	9,4M	9,6M +0,2M
Volume (en millions)	33,1	34,0	33,3 -1,9%
Valeur (en millions)	284	290	287 -1,0%
Nombre moyen	3,3	3,4	3,3 -0,1
Somme moyenne	27,5€	27,8€	26,7€ -1,1€



Entretien des sépultures

	2012	2013	2014
Acheteurs (en millions)	5,1M	5,0M	4,9M -0,1M
Volume (en millions)	24,3	23,3	22,0 -2,8%
Valeur (en millions)	239	221	207 -1,7%
Nombre moyen	4,1	4,4	4,3 -0,1
Somme moyenne	40,6€	37,9€	40,8€ +2,9€



Cérémonie funéraire

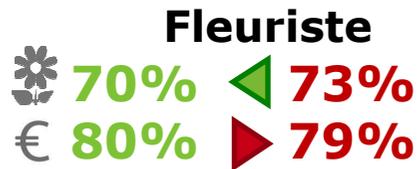
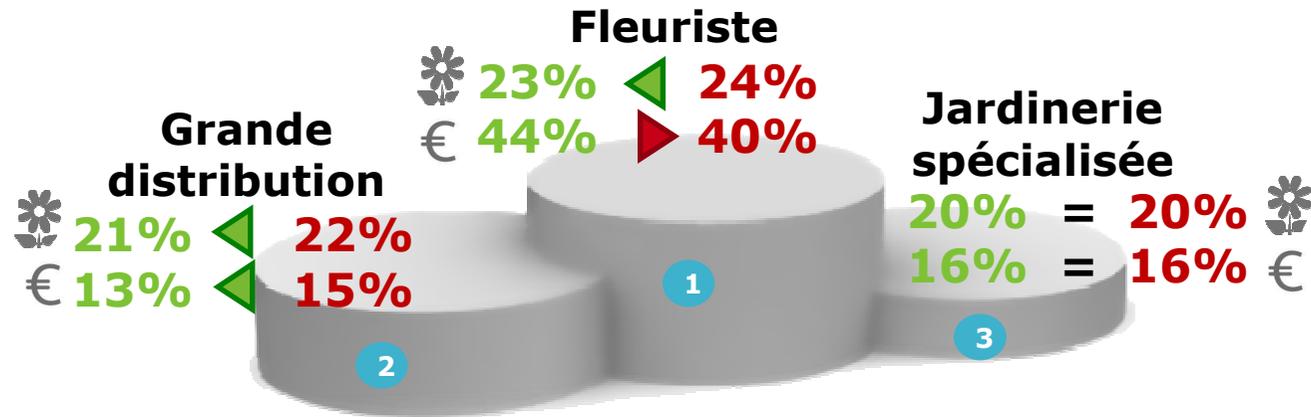
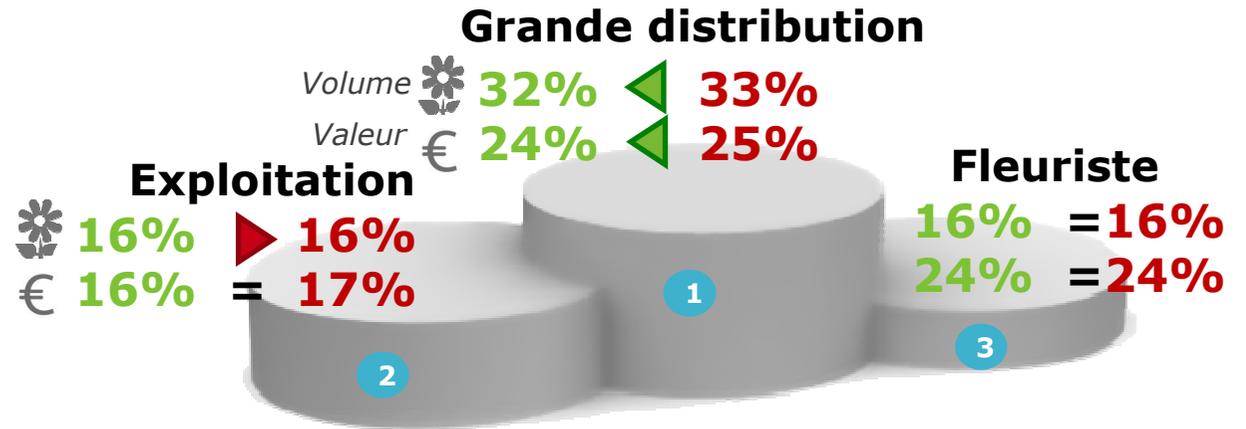
	2012	2013	2014
Acheteurs (en millions)	3,5M	3,4M	3,5M +0,1M
Volume (en millions)	7,4	6,6	8,5 +16%
Valeur (en millions)	335	331	329 -3,3%
Nombre moyen	1,7	1,6	2,0 +0,4
Somme moyenne	77,9€	85,3€	79,4€ -4,1€

Progression des acheteurs, mais **diminution** des volumes et valeurs

Diminution des acheteurs, maintien des volumes, avec un **panier valeur en hausse**

Progression des acheteurs et des volumes, mais pour un **budget moindre**

La grande distribution progresse à l'occasion de la Toussaint et dans l'entretien des sépultures.



Ce sont les **fleuristes appartenant à une chaîne** qui progressent en volume (+6pts) ; les **indépendants** souffrent (-3pts).

Pour la Toussaint 2014, les chrysanthèmes et cyclamens ont gagné des parts de marché. Les bruyères perdent du terrain.

Octobre et novembre

Les plantes en pot pour la Toussaint



Chrysanthème

Bruyère

Cyclamen

Autres espèces

	2013		2014		2013		2014		2013		2014		2013		2014	
																
% Volume	96%	95%	67%	67%	11%	9%	6%	8%	13%	11%	-1pt	=	-2pts	+2pts	-2pts	
																
% Valeur	91%	91%	66%	67%	8%	7%	5%	7%	11%	9%	=	+1pt	-1pt	+2pts	-2pts	



TNS Sofres
Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014
© TNS



Une recherche d'économie en 2014 dans les achats hors Toussaint (cérémonie funéraire ou entretien des sépultures). Dipladénias, Chrysanthèmes et rosiers continuent leur progression en volume.



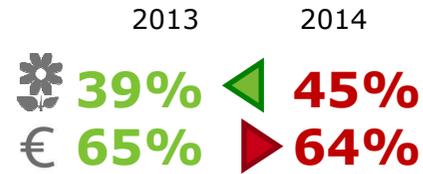
Cérémonie funéraire

Plantes en pot



Prix moyen
26,5€ en 2013
25,8€ en 2014

Présentations florales



Prix moyen
85,3€ en 2013
57,0€ en 2014



Entretien des sépultures (hors Toussaint)

Plantes en pot



Prix moyen
8,3€ en 2013
8,1€ en 2014

% Volume



Dipladenia



Chrysanthème



Rosier



Kalanchoé



Primevère



Pas de changement dans le top 5 des espèces

A retenir sur l'ensemble du marché des végétaux pour le cimetière et les obsèques

- Un marché qui se porte relativement mieux que les VI et les VE : progression de la pénétration, maintien des volumes mais recul des sommes dépensées.
- L'entretien des sépultures perd tendanciellement du poids sur ce marché au profit de la cérémonie. L'essentiel des achats demeure concentré lors de la Toussaint.
- On observe une progression de la grande distribution, notamment à l'occasion de la Toussaint.
- En dehors de la Toussaint, les plantes fleuries représentent toujours l'essentiel du marché mais perdent des parts de marché, pour l'entretien notamment.
- A l'occasion de la Toussaint, le chrysanthème demeure l'espèce la plus achetée avec près de 7 plantes fleuries sur 10. On note que le cyclamen progresse au détriment de la bruyère.

Merci !



TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS



Contacts

Document réalisé à l'intention de
FranceAgrimer
Val'hor

Imen Bedda

- Imen.bedda@tns-sofres.com
- 01 40 92 66 62

Frédéric Los

- frederic.los@tns-sofres.com
- 01 40 92 45 04

**Ce document a été rédigé en accord avec les procédures Qualité TNS Sofres.
Il a été contrôlé par Frédéric Los, Directeur de Clientèle**



TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014

© TNS

