

> DONNÉES STATISTIQUES

2009

FranceAgriMer



Végétaux d'extérieur  
Achats des Français en 2009



FranceAgriMer



FranceAgriMer

# Végétaux d'extérieur

---

Achat des Français en 2009

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

Les cahiers de FranceAgriMer / direction Marchés, études et prospective / édition 2010 /  
FranceAgriMer / 12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex / tél. : +33 1 73 30 30 00 / [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr) /  
Directeur de la publication : Fabien Bova / Rédaction : unité Cultures et filières spécialisées / Jean Marc Rouvier / Claudie Bernabé /  
Conception et réalisation : FranceAgriMer / Crédits photos : FranceAgriMer / Droits réservés /

# ***Sommaire***

## **Méthodologie**

## **Le marché**

*La consommation des particuliers en végétaux d'extérieur en 2009  
L'ensemble du marché de 2007 à 2009*

## **Les produits**

*Les plantes vivaces et à massifs  
Les conifères, arbres et arbustes d'ornement  
Les rosiers  
Les bulbes et oignons à fleurs  
Les fruitiers*

## **Les lieux d'achat**

*Les jardinerie spécialisées  
Les horticulteurs  
La vente par correspondance  
Les hypermarchés, supermarchés, grands magasins  
Les détaillants de marché  
Les fleuristes et les grainetiers  
Les grandes surfaces de bricolage  
Les jardinerie d'hypermarché*

# Méthodologie

## L'échantillon

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

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

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

Cet échantillon n'intègre pas les collectivités.

## Les produits étudiés

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

La technique d'enregistrement et la périodicité :

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

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

## Des résultats extrapolés

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

Ce coefficient change chaque année. En 2009, il s'élève :

pour les mois de janvier et février à 4 333

à partir de mars à 4 503

## Les résultats

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

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

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

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

Structure socio-démographique des ménages  
(Source INSEE Enquête Emploi 2007- estimation 2009)

**PAR REGION**

Région parisienne	Bassin parisien	Ouest	Sud-Est	Méditerranée	Sud-Ouest	Est	Nord
16,8	17,7	14,3	11,9	12,8	11,5	8,7	6,3

**PAR PROFESSION ET CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE**

Exploitant agricole	Commerçant, artisan et chef d'entreprise	Prof. libérale, cadre supérieur	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Inactif (retraité ou autre)
1,4	4,5	11,4	14,2	11,6	16,4	40,5

**PAR TRANCHE D'AGE**

Moins de 35 ans	De 35 à 44 ans	De 45 à 54 ans	De 55 à 64 ans	65 ans et plus
18	18,2	18,6	17,5	27,7

**PAR TYPE D'AGGLOMERATION**

Zone rurale	De 2 000 à 20,000 habitants	De 20 000 à 100 000 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne
25,2	17,7	13,3	29,1	14,7

# Le marché

---

# ***La consommation des particuliers en végétaux d'extérieur en 2009***

Consommation totale : **458,3 millions de végétaux destinés à l'extérieur**

**955,9 millions d'euros,**

Evolution 2009/2008 : + **3,5 %** en volume

+ **4,3 %** en valeur

Les conditions climatiques de l'année 2009, dont notamment un hiver froid, et l'intérêt croissant des consommateurs pour les végétaux d'extérieur expliquent ces progressions tant en volume qu'en valeur.

## **Par rapport à l'année 2008**

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

- ✓ Les arbustes fruitiers à petits fruits
- ✓ Les arbres et arbustes de haie ou d'ornement (hors conifères)
- ✓ Les rosiers
- ✓ Les graines de fleurs et de gazon

Le seul groupe de **produits** dont le marché est en **baisse** en valeur est :

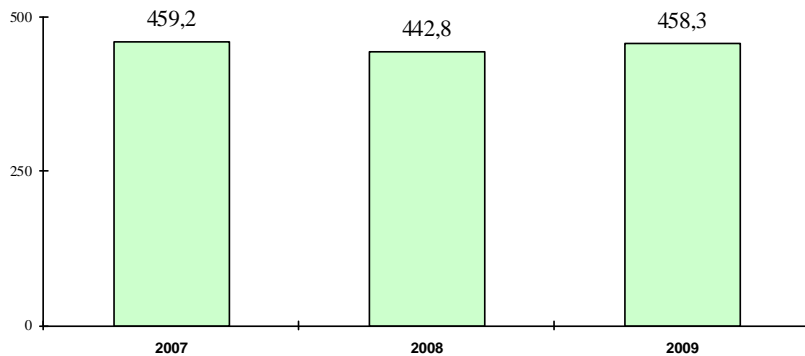
- ✓ Les conifères pour haie ou d'ornement

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

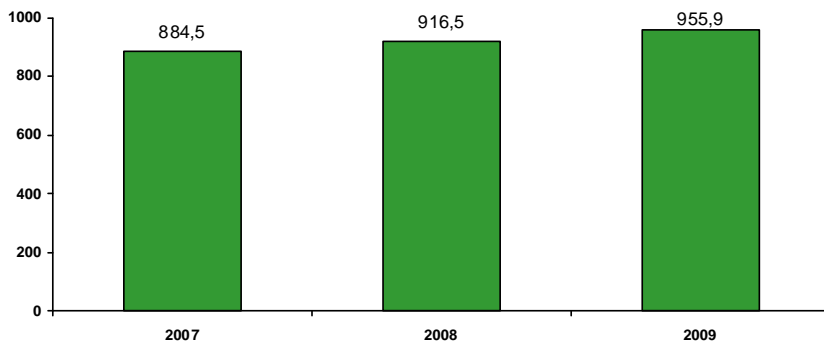
- ✓ Les horticulteurs (9,9 %),
- ✓ La vente par correspondance (11 %),
- ✓ Les GMS (4,4%),
- ✓ Les fleuristes (4,1 %)
- ✓ Les jardinerie d'hypermarché (12 %)
- ✓ Les grandes surfaces de bricolage (3,8%)
- ✓ Les grainetiers (40,5%)

## L'ensemble du marché de 2007 à 2009

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



### *Evolution des achats en volume (en millions d'euros)*



Avec 458,3 millions de végétaux d'extérieur achetés pour un montant de 955,9 millions d'euros, 2009 présente des résultats en hausse de 3,5 % en volume et progresse de 4,3 % en valeur par rapport à 2008.



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

### ♦ En quantités achetées

	( Millions de végétaux )		2009/2008
	2008	2009	(en %) (1)
Plantes vivaces et à massifs	237,2	240,6	1,4%
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	28,7	33,3	16,3%
Rosiers	10,3	10,2	-1,1%
Bulbes et oignons	137,9	143,9	4,3%
Fruitiers (arbres et arbustes)	16,5	16,1	-2,5%
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	12,2	14,2	16,5%
<b>total</b>	<b>442,8</b>	<b>458,3</b>	<b>3,5%</b>
Jardin	287,2	299,6	4,3%
Balcon ou terrasse	136,8	138,6	1,3%
Cimetière	18,8	20,1	7,1%
<b>total</b>	<b>442,8</b>	<b>458,3</b>	<b>3,5%</b>
Jardineries spécialisées	122,9	128,9	4,9%
Sur exploitation	73,1	73,6	0,7%
Vente par correspondance	55,3	51,6	-6,7%
Hyper, supermarchés, grands magasins	83,2	81,5	-2,1%
Jardineries d'hypermarché	12,5	20,3	61,9%
Détaillants de marché	26	26,3	1,1%
Ensemble des fleuristes*	16,5	17,1	3,8%
Grande surface de bricolage	22,2	26,9	21,0%
Grainetiers	8,6	10,5	22,9%
Autres lieux (dont LISA, IKEA)	22,4	21,6	-3,6%
<b>Ensemble du marché</b>	<b>442,8</b>	<b>458,3</b>	<b>3,5%</b>

(1) Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

♦ *En sommes dépensées*

	Sommes dépensées (Millions d'euros)		Evolution 2009/2008
	2008	2009	(en %) (1)
Plantes vivaces et à massifs	324,4	332,5	2,5%
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	263,5	272,1	3,3%
Rosiers	85,3	92,1	8,0%
Bulbes et oignons	75,8	78,1	3,0%
Fruitiers (arbres et arbustes)	121,5	124,2	2,2%
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	45,9	56,9	24,0%
<b>total</b>	<b>916,5</b>	<b>955,9</b>	<b>4,3%</b>
Jardin	598,3	614,6	2,7%
Balcon ou terrasse	260,3	276,1	6,1%
Cimetière	58	65,2	12,4%
<b>total</b>	<b>916,5</b>	<b>955,9</b>	<b>4,3%</b>
Jardineries Spécialisées	330,4	330,3	0,0%
Sur exploitation	180,1	197,8	9,9%
Vente par correspondance	79,8	88,5	11,0%
Hyper, supermarchés, grands magasins	82,5	86,2	4,4%
Détaillants de marché	49,7	50,1	0,9%
Ensemble des fleuristes	74,7	77,8	4,1%
Grande surface de bricolage	32,8	34	3,8%
Jardineries d'hypermarchés	25,4	28,5	12,0%
Grainetiers	17	23,9	40,5%
Autres lieux (sont Ikea, Lisa.)	44,1	38,8	7,1%
<b>Ensemble du marché (1)</b>	<b>916,5</b>	<b>955,9</b>	<b>4,3%</b>

(1) Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

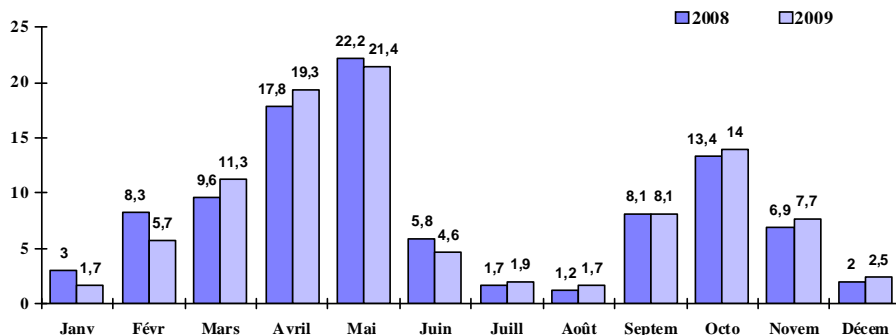
♦ *En parts de marché*

	Quantités achetées (%)		Sommes dépensées (%)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	53,6	52,5	35,4	34,8
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	6,5	7,3	28,7	28,5
Rosiers	2,3	2,2	9,3	9,6
Bulbes et oignons	31,1	31,4	8,3	8,2
Fruitiers (arbres et arbustes)	3,7	3,5	13,3	13
Autres plantes (dont graines de fleurs et de gazon)	2,8	3,1	5	5,9
	100	100	100	100
-----				
Jardin	64,9	65,4	65,3	64,3
Balcon ou terrasse	30,9	30,3	28,4	28,9
Cimetière	4,2	4,4	6,3	6,8
-----				
Jardineries Spécialisées	27,8	28,1	36,1	34,6
Horticulteurs	16,5	16,1	19,6	20,7
Vente par correspondance	12,5	11,3	8,7	9,3
Hyper, supermarchés, grands magasins	18,8	17,8	9	9
Détaillants de marché	5,9	5,7	5,4	5,2
Ensemble des fleuristes	3,7	3,7	8,1	8,1
Grande surface de bricolage	5	5,9	3,6	3,6
Jardineries d'hypermarchés	2,8	4,4	2,8	3
Grainetiers	1,9	2,3	1,9	2,5
Autres lieux	5,1	4,7	4,8	4
Ensemble du marché	100	100	100	100

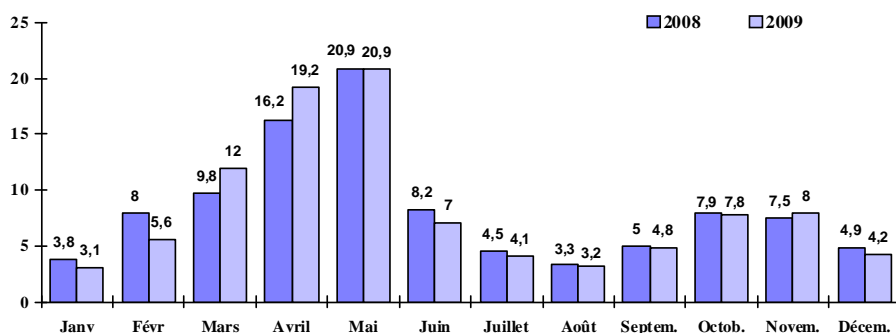
Pourcentages calculés sur des chiffres non arrondis

# Calendrier d'achat

Quantités achetées en %



Sommes dépensées en %











Les six premiers mois de l'année représentent près de 64 % des dépenses en végétaux d'extérieur. Le premier semestre 2009 a connu une stabilité des ventes en volume mais une hausse des valeurs de 5,7 %. Compte tenu du froid rigoureux des mois de janvier et février 2009, on constate une baisse d'activité sur ces deux mois. Ce sont toujours les mois de mars, avril et mai qui totalisent la plus grosse partie des dépenses annuelles en végétaux d'extérieur.

La clémence de l'automne 2009 a participé à la progression des achats du deuxième semestre de 11,7 % en volume mais de seulement 1,5 % en valeur. Les mois d'octobre et novembre connaissent un accroissement de respectivement 7,6 % et 15,1 % en volume et de 3,7 % et 11,3 % en valeur.

# La consommation par région

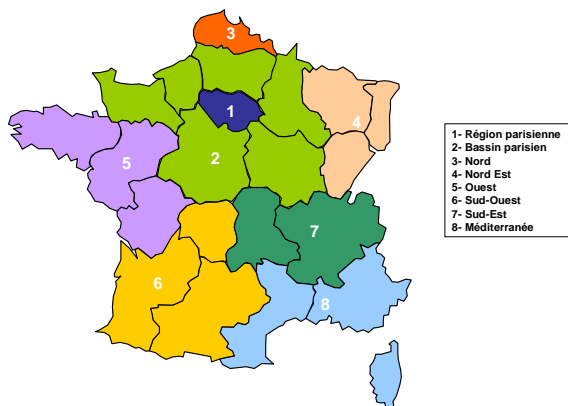
Sommes moyennes dépensées par consommateur potentiel et par région UDA 8 \*  
 Dépenses moyenne par ménage acheteur : 58,3 €.

## Répartition par région en 2009

		Sommes dépensées par région (M €)	Rang en sommes dépensées	Dépense moyenne par ménage acheteur (€)	Rang en consommation /individu
	Bassin parisien	206,6	1	59,7	4
	Région parisienne	149,9	2	64,9	1
	Ouest	126,8	3	54,1	7
	Sud-Ouest	120,9	4	56,5	6
	Méditerranée	104,1	5	59,9	3
	Sud-Est	106,7	6	60	2
	Est	88,5	7	57,2	5
	Nord	52,4	8	48,7	8

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

## Définition des régions UDA8



## **Sommes dépensées**

### **Par catégorie socio-professionnelle du chef de famille**

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€	Dépense moyenne par ménage acheteur en €
Inactif	45,7	436,5	57,4
Ouvrier	15,2	145,6	58
Profession intermédiaire	13,8	132,4	59,9
Profession libérale, cadre supérieur	10,7	102,1	61,5
Employé	8,6	82,3	56,1
Commerçant, artisan et chef d'entreprise	4,9	46,4	64,1
Agriculteur	1,1	10,6	47,7
Total	100	955,9	58,3

### **Selon l'habitat**

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€
Zone rurale	32,1	306,4
De 2 000 à 5 000 habitants	8	76,4
De 5 000 à 100 000 habitants	24,7	236,2
100 000 habitants et plus	21,7	207,6
Agglomération parisienne	13,5	129,3
Total	100	955,9

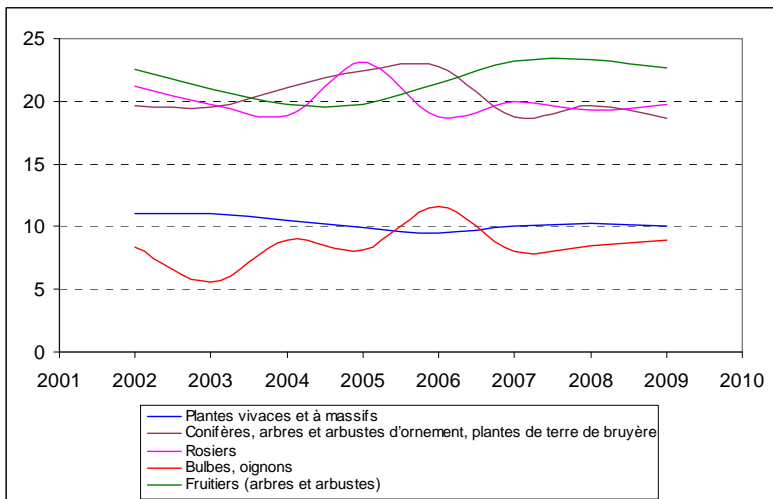
### **Selon l'âge de la maîtresse de maison**

	Sommes dépensées en %	Sommes dépensées en M€
15 à 24 ans	1,1	11
25 à 34 ans	15,7	149,9
35 à 49 ans	24,3	231,9
50 à 64 ans	31,2	298,5
65 ans et plus	27,7	264,6
Total	100	955,9

## Evolution des dépenses moyennes par acte d'achat

En euros

	2005	2006	2007	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	9,9	9,5	10	10,3	10,1
Conifères, arbres et arbustes d'ornement, plantes de terre de bruyère	22,4	22,8	18,7	19,6	18,6
Rosiers	23,1	18,7	20	19,3	19,7
Bulbes, oignons	8,1	11,6	8	8,5	8,9
Fruitiers (arbres et arbustes)	19,8	21,4	23,2	23,3	22,7



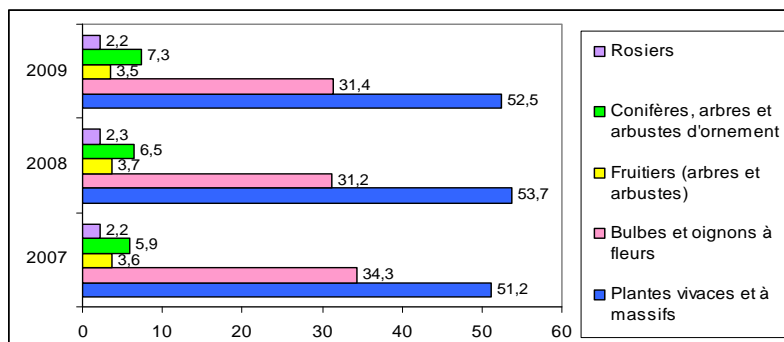
# Les produits

---

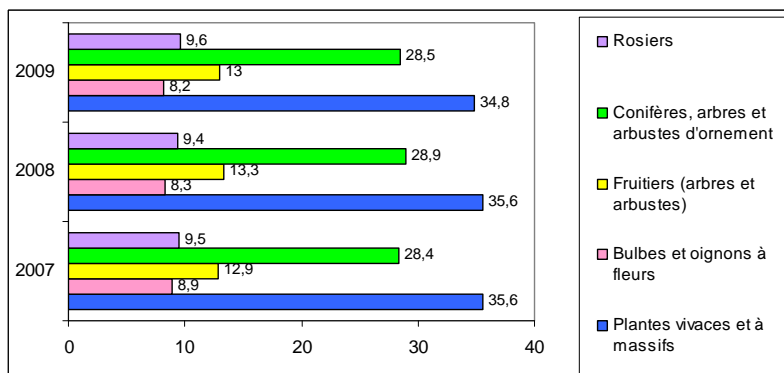


## Évolution de la part des différentes catégories de produits

### Le poids des différents végétaux en quantités achetées



### Le poids des différents végétaux en sommes dépensées



## LES PLANTES VIVACES ET A MASSIFS

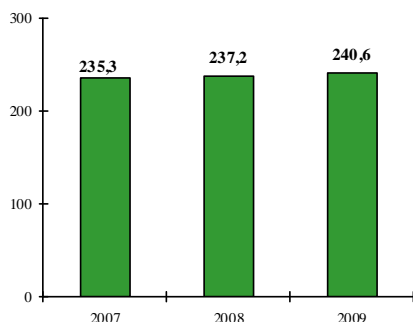
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les plantes vivaces et à massifs représentent :

- 52,5 % des quantités achetées,
- 34,8 % des sommes dépensées.

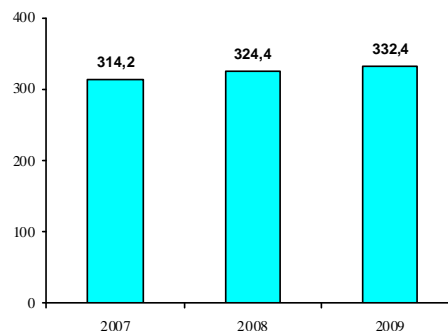
Evolution des achats

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Plantes à massif	216,3	47,2%	1,6	266,8	27,9%	2,6
Plantes vivaces	24,3	5,3%	0,3	65,6	6,9%	2,1
Plantes vivaces et à massifs	240,6	52,5%	1,4	332,4	34,8%	2,5
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

Nombre de végétaux (en millions d'unités)



Sommes dépensées (en millions d'euros)

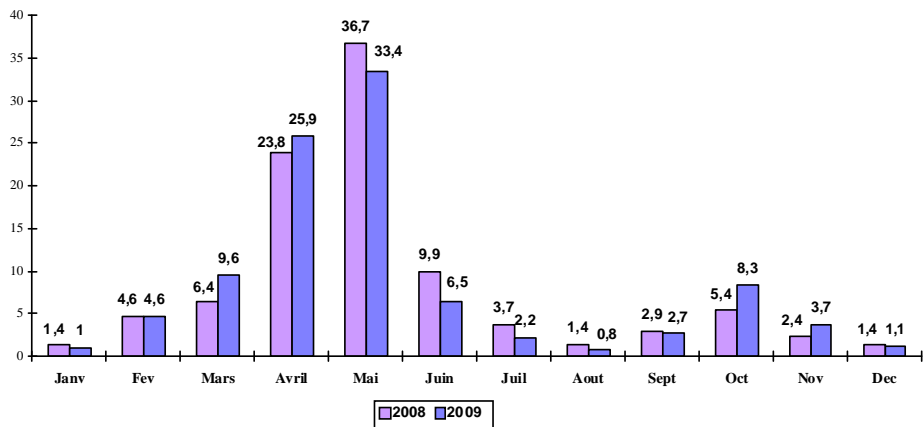


En 2009, 240,6 millions de plantes vivaces et à massifs ont été achetées pour un montant de 332,4 millions d'euros.

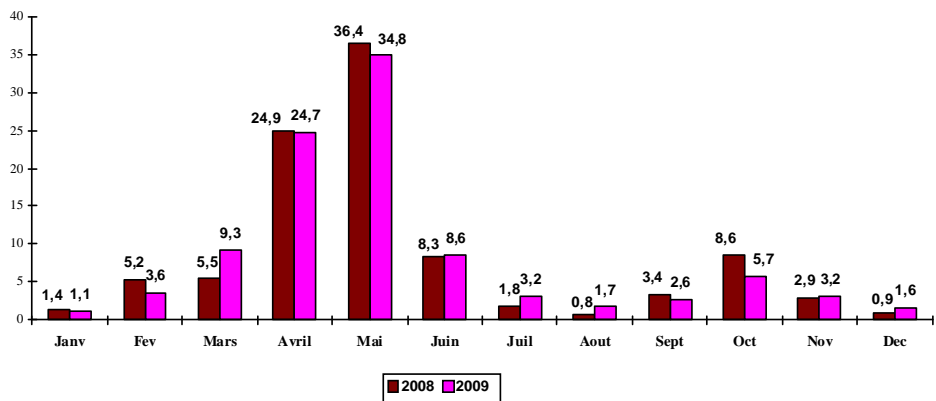
Ce marché, le plus important de l'ensemble des végétaux d'extérieur (52,5 % des volumes, 34,8 % des dépenses) gagne 1,4 % en volume et 2,5 % en valeur. Entre 2009 et 2008, la part des plantes à massifs dans les achats totaux des ménages est en recul de 0,9 pt en volume et de 0,5 pt en valeur.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



Plus de la moitié des plantes vivaces et à massifs sont achetées en avril et mai (59,3 % en volume et 59,5 % en valeur).

### Quantités achetées (en millions)

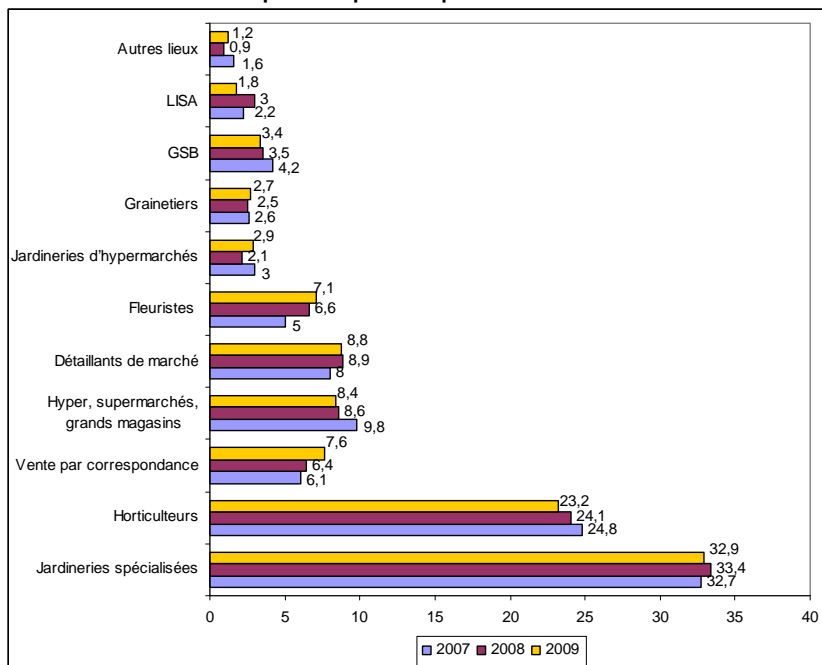
	2007	2008	2009
Plantes à massif	210,8	213	216,3
Plantes vivaces	24,5	24,2	24,3
<b>Ensemble massif+vivaces</b>	<b>235,3</b>	<b>237,2</b>	<b>240,6</b>

### Sommes dépensées (en millions d'euros)

	2007	2008	2009
Plantes à massif	249,1	260,1	266,8
Plantes vivaces	65,1	64,3	65,6
<b>Ensemble massif + vivaces</b>	<b>314,2</b>	<b>324,4</b>	<b>332,4</b>

### Évolution de la part des lieux d'achat

Sommes dépensées pour les plantes vivaces et à massifs en %

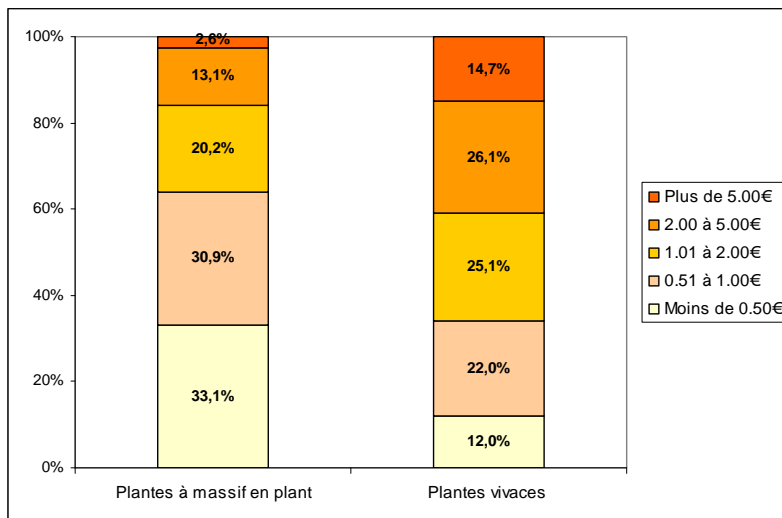


Sur le segment des plantes vivaces et à massifs, les jardinerie spécialisées et les horticulteurs réalisent ensemble plus de la moitié du chiffre d'affaires (avec respectivement 32,9 % et 23,2 %).

En 2009, les lieux d'achat dont la part de marché baisse sont les horticulteurs (- 0,9 point), les jardinerie spécialisées (- 0,5 point), et les LISA (- 1,2 point), alors que les lieux d'achat dont la part de marché augmente sont : La vente par correspondance (+ 1,2 point), les jardinerie d'hypermarché (+ 0,8 point) et les fleuristes (+ 0,5 point).

## Répartition par tranche de prix

Part des volumes de plantes par tranches de prix

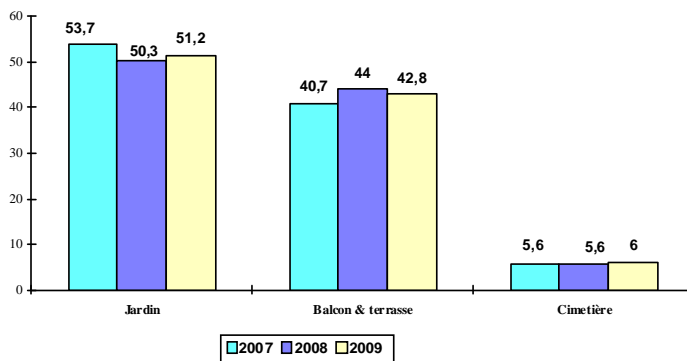


64 % des quantités de plantes à massifs en plant et 34 % des plantes vivaces se situent à moins de 1€.

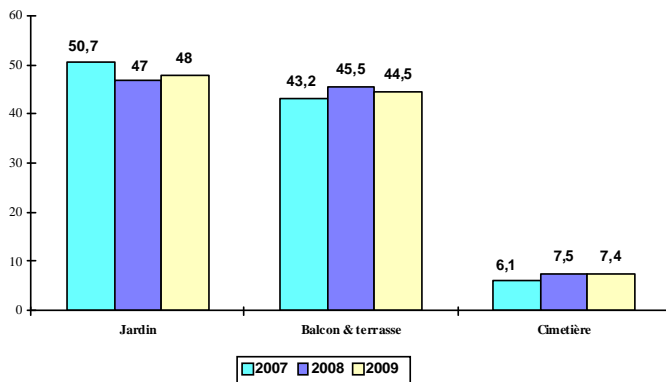
A contrario, 66% des plantes vivaces et 36 % des quantités de plantes à massifs en plant sont présentés à plus de 1 €.

## Destination des achats

*En volume (en %)*



*En valeur (en %)*



## ***LES CONIFERES, ARBRES ET ARBUSTES D'ORNEMENT***

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

- 7,3 % des quantités achetées,
- 28,5 % des sommes dépensées.

### **Évolution des achats**

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Conifères	3,7	0,8%	-10,7	25,6	2,7%	-36,4
Autres arbres et arbustes de haie et d'ornement	29,6	6,5%	20,9	246,5	25,8%	10,4
<b>Conifères+ arbres et arbustes d'ornement</b>	<b>33,3</b>	<b>7,3%</b>	<b>16,3</b>	<b>272,1</b>	<b>28,5%</b>	<b>3,3</b>
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### **Quantités achetées (en millions)**

	2007	2008	2009
Conifères	4,3	4,2	3,7
Arbres et arbustes d'ornement	22,7	24,5	29,6
<b>ST Conifères, arbres et arbustes d'ornement</b>	<b>27</b>	<b>28,7</b>	<b>33,3</b>

*Chiffres arrondis*

### **Sommes dépensées (en millions d'euros)**

	2007	2008	2009
Conifères	44,7	40,2	25,6
Arbres et arbustes d'ornement	206	223,3	246,5
<b>ST Conifères, arbres et arbustes d'ornement</b>	<b>250,7</b>	<b>263,5</b>	<b>272,1</b>

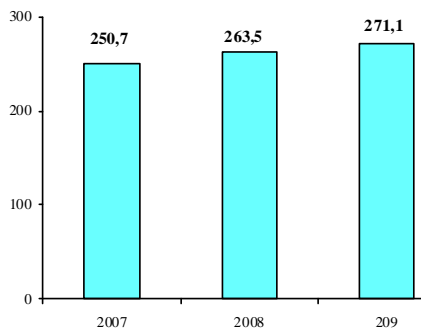
*Chiffres arrondis*

## Evolution du marché

En millions de végétaux



Sommes dépensées (en millions d'euros)



Avec 33,3 millions d'unités achetées pour une dépense de 271,1 millions d'euros, le marché des conifères et arbres et arbustes d'ornement représente 7,3 % en volume, 28,5 % en valeur de l'ensemble du marché.

### Les conifères

En 2009, les achats de conifères ont atteint 3,7 millions d'unités (- 10,7 % par rapport à 2008) pour un montant de 25,6 millions d'euros (- 36,4 % par rapport à 2008).

Cette catégorie rassemble :

1 - **Les conifères pour haies** (66 % des volumes des conifères) pour qui on remarque en 2009 une baisse de 8 % des quantités achetées et de 48 % des sommes dépensées par rapport à 2008.

2 - **Les autres conifères** (34 % du volume des conifères) pour qui on constate en 2009 une baisse de 22,6 % des quantités achetées et de 30,2 % des sommes dépensées par rapport à 2008.

### Les autres arbres et arbustes de haie et d'ornement

Les achats de cette catégorie ont atteint 29,6 millions d'unités (+ 20,9 % par rapport à 2008) pour un montant de 246,5 millions d'euros (+ 10,4 % par rapport à 2008).

Cette catégorie rassemble :

1 - **Les arbres d'ornements -autres que conifères-** (70% des volumes de cette catégorie) pour qui on constate en 2009 une augmentation de 18,2 % des quantités achetées et de 8,1 % des sommes dépensées par rapport à 2008.

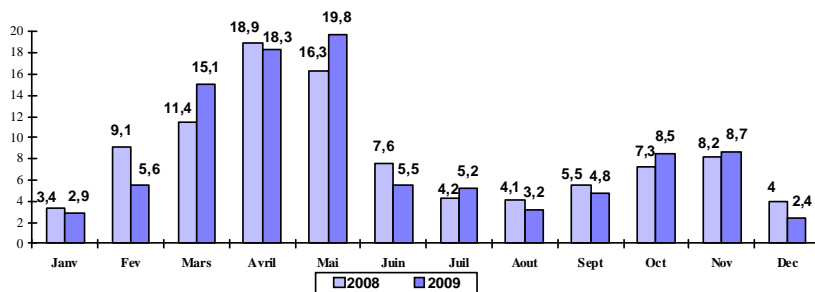
2 - **Les plantes de terre de bruyère -massifs-** (16 % des volumes de cette catégorie) pour qui on remarque en 2009 une hausse de 1 % des quantités achetées et de 0,3 % des sommes dépensées par rapport à 2008.

3 - **Les arbres et arbustes de haie -autres que conifères-** (14 % des volumes de cette catégorie) pour qui on constate en 2009 une hausse de 31,2 % des quantités achetées et de 11,6 % des sommes dépensées par rapport à 2008.

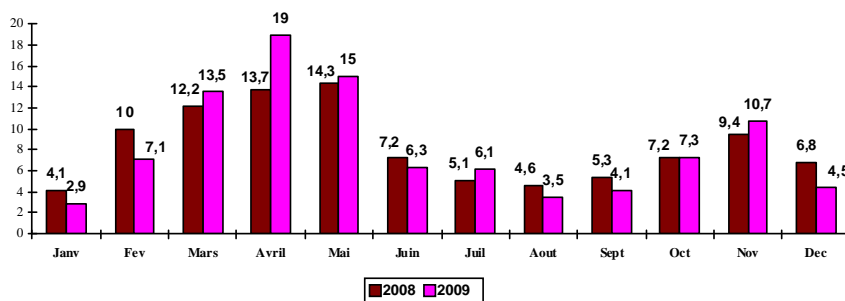


## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %

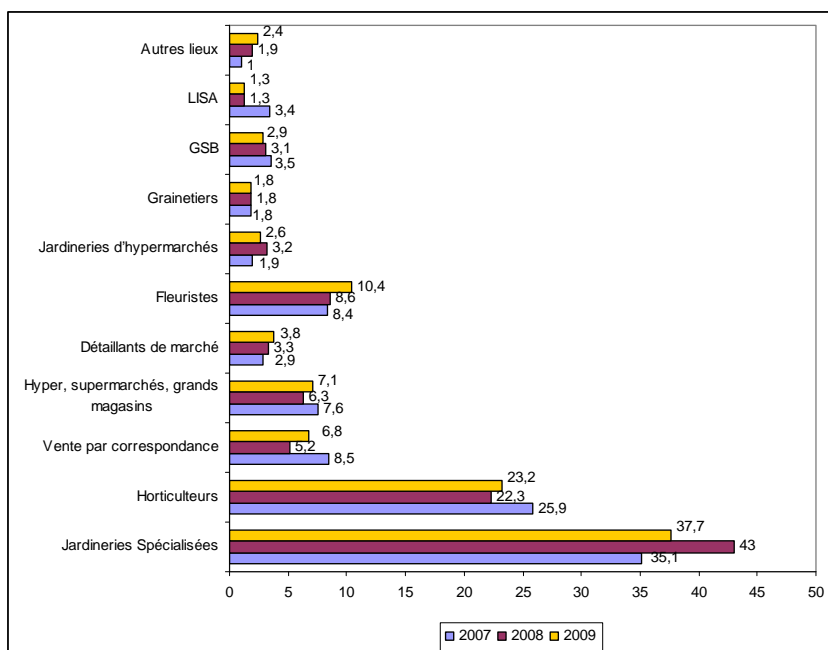


Le calendrier d'achat des conifères, arbres et arbustes d'ornement fluctue d'une année sur l'autre. Mars, avril, mai, octobre et novembre génèrent traditionnellement les plus fortes ventes en volume et en valeur.

Entre 2009 et 2008, on note des évolutions de certaines parts de marché mensuelles fluctuant essentiellement en fonction des conditions météorologiques remarquées en 2009 (mois de janvier et février rigoureux, automne clément).

## Évolution de la part des lieux d'achat

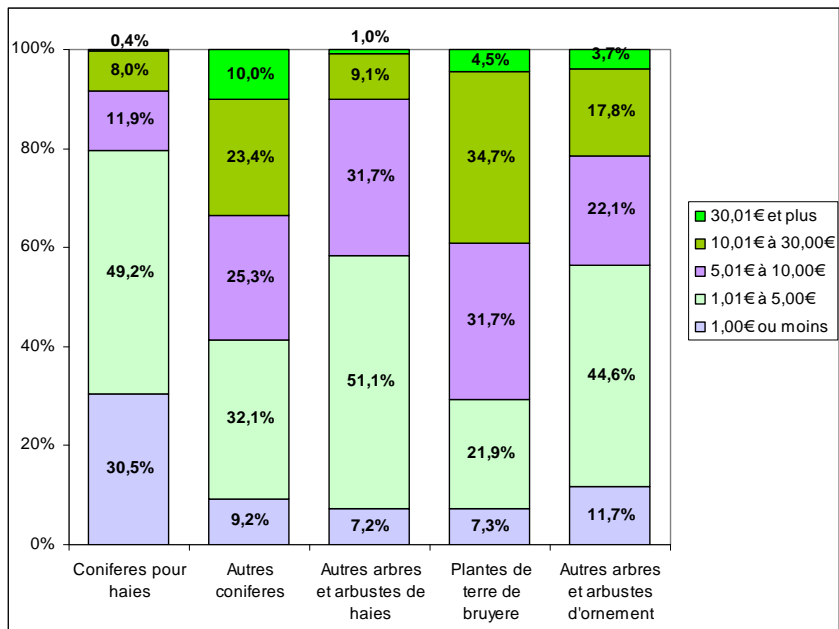
### Sommes dépensées pour les conifères, arbres et arbustes d'ornement en %



En 2009, renforcement des parts de marché des fleuristes (+1,8 point), de la vente par correspondance (+1,6 point), des horticulteurs (+0,9 point), des GMS (+0,8 point) et des détaillants de marché (+0,5 point).

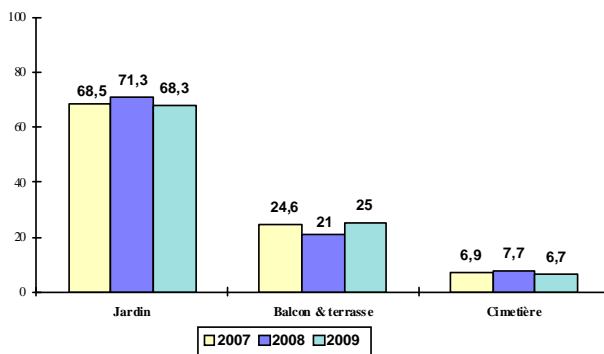
A contrario, les lieux d'achat qui perdent des parts de marché sont les jardineries spécialisées, les jardineries d'hypermarchés et les GSB.

## Répartition par tranche de prix

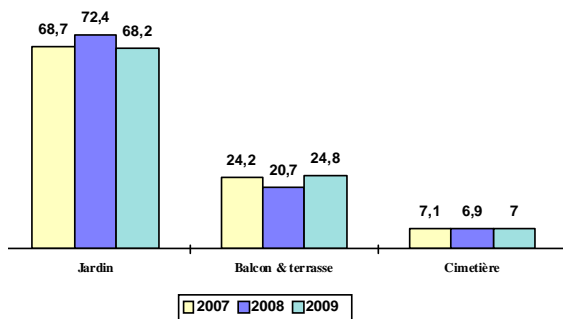


## Destination des achats

*En volume (en %)*



*En valeur (en %)*



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

## LES ROSIERS

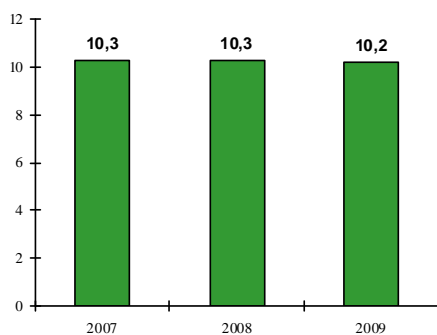
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les rosiers représentent :

- 2,2 % des quantités achetées,
- 9,6 % des sommes dépensées.

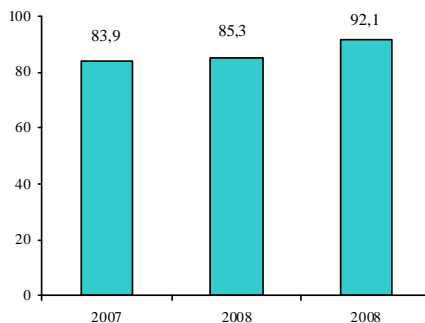
### Évolution des achats

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Rosiers	10,2	2,2%	-1,1	92,1	9,6%	8
Ensemble du marché	458,3	4,5%	3,5	955,9	1,1%	4,3

En millions de végétaux



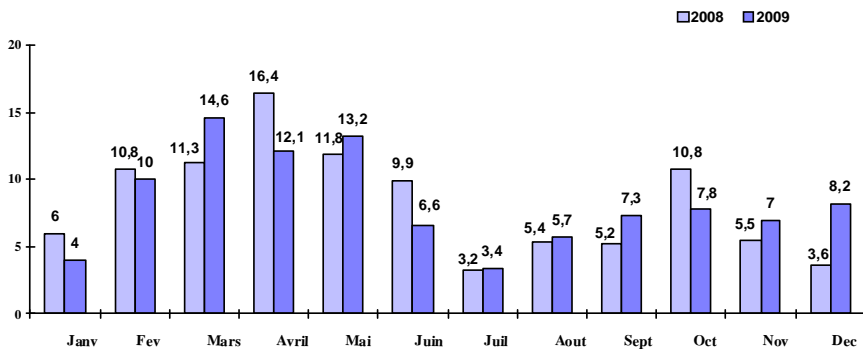
En millions d'euros



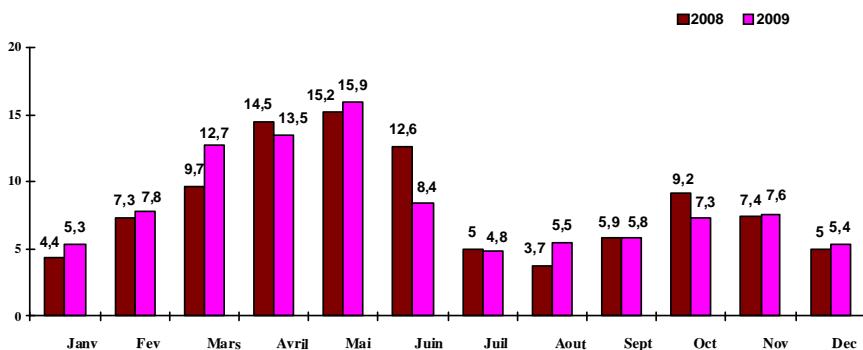
On constate en 2009 une relative stabilité en volume et une augmentation des dépenses de 8 % à 92,1 M€.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %

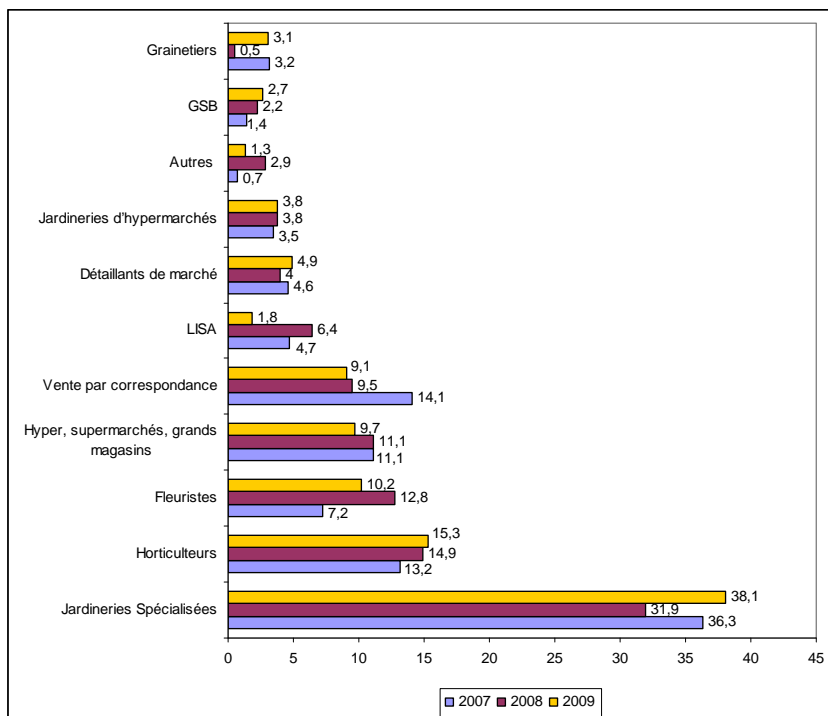


L'année 2009 est caractérisée par la hausse des achats du mois de mars (+ 3,3 points en volume et + 3 points en valeur), une baisse en avril de - 4,3 points en volume et - 1 point en valeur et une baisse en juin de - 3,3 points en volume et - 4,2 points en valeur.

Les achats de rosiers ont été en 2009, plus nombreux sur les mois de novembre et décembre.

## Évolution de la part des lieux d'achat

### Sommes dépensées pour les rosiers en %

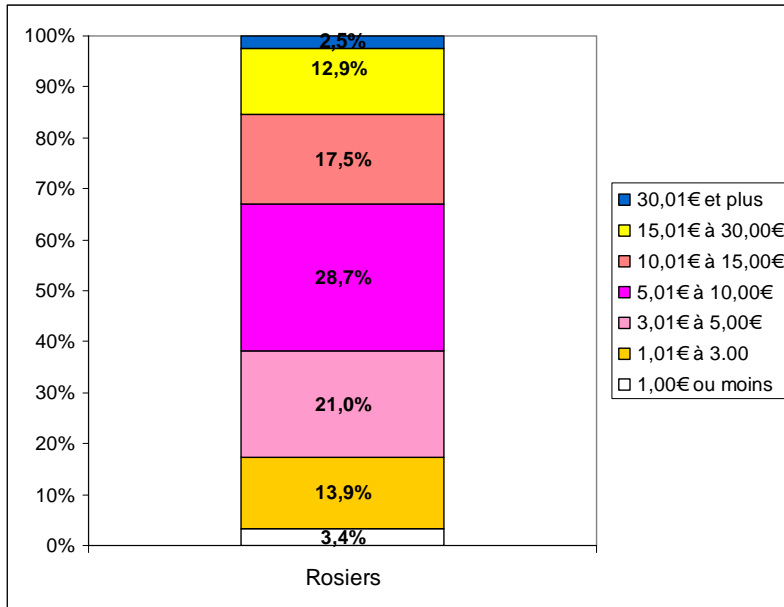


Concernant cette catégorie, les lieux d'achat qui gagnent des parts de marché entre 2008 et 2009 sont les jardinerie spécialisées (+6,2 points), les grainetiers (+2,6 points), les détaillants de marché (+0,9 point), la GSB (+0,5 point) et les horticulteurs (+0,4 point).

Les lieux d'achat qui perdent des parts de marché sont les LISA (- 4,6 points), les fleuristes (- 2,6 points) les GMS (- 1,4 point) et la VPC (-0,4 point).

## Répartition par tranche de prix

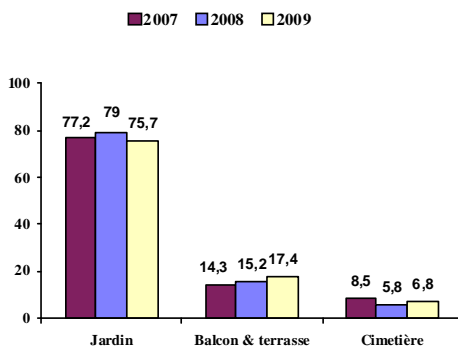
Part des volumes de plantes par tranches de prix



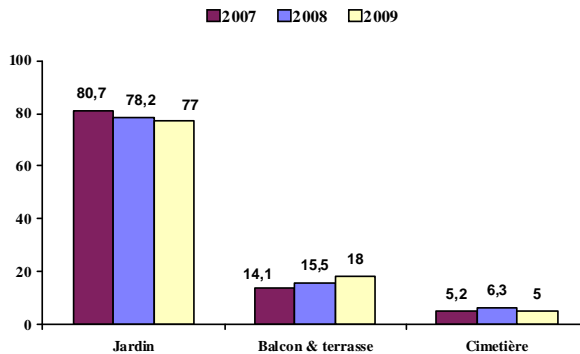


## Destination des achats

*En volume (en %)*



*En valeur (en %)*



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

Si les parts de marché pour le jardin baissent depuis 2007, elles s'accroissent pour les balcons et terrasses.

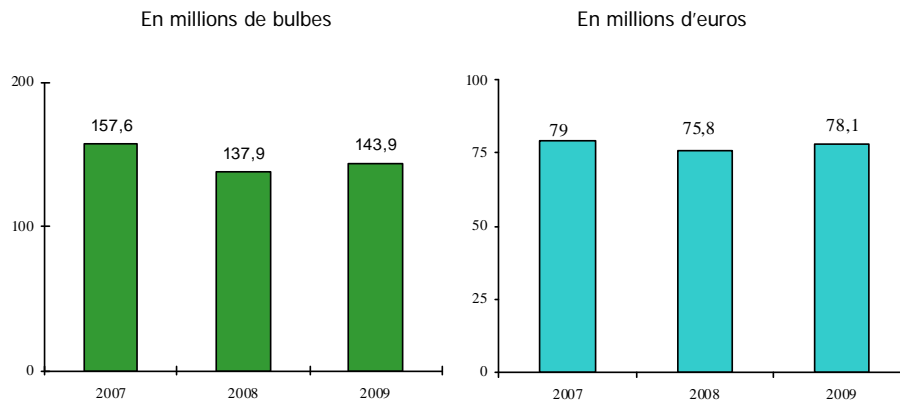
## LES BULBES ET OIGNONS A FLEURS

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

- 31,4 % des quantités achetées,
- 8,2 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/089 (en %)
Bulbes et oignons à fleurs	143,9	31,4%	4,3	78,1	8,2%	3
Ensemble du marché	458,3	0,3%	3,5	955,9	1,3%	4,3

### Évolution des achats



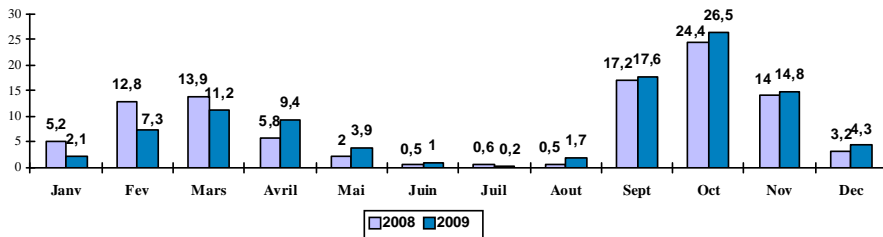
Par rapport à 2008, le marché se renforce de 4,3 % en volume et de 3 % en valeur.

## Prix moyen d'un bulbe

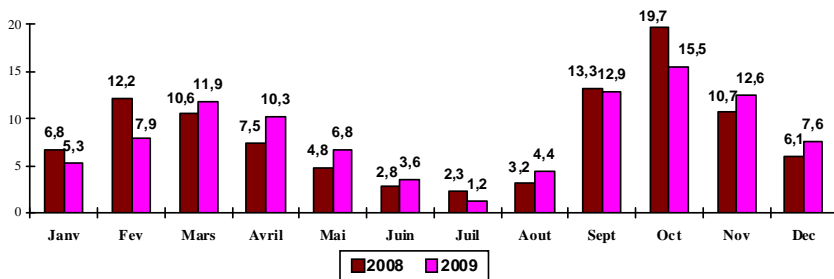
	2007	2008	2009
En euros	0,48	0,54	0,54

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



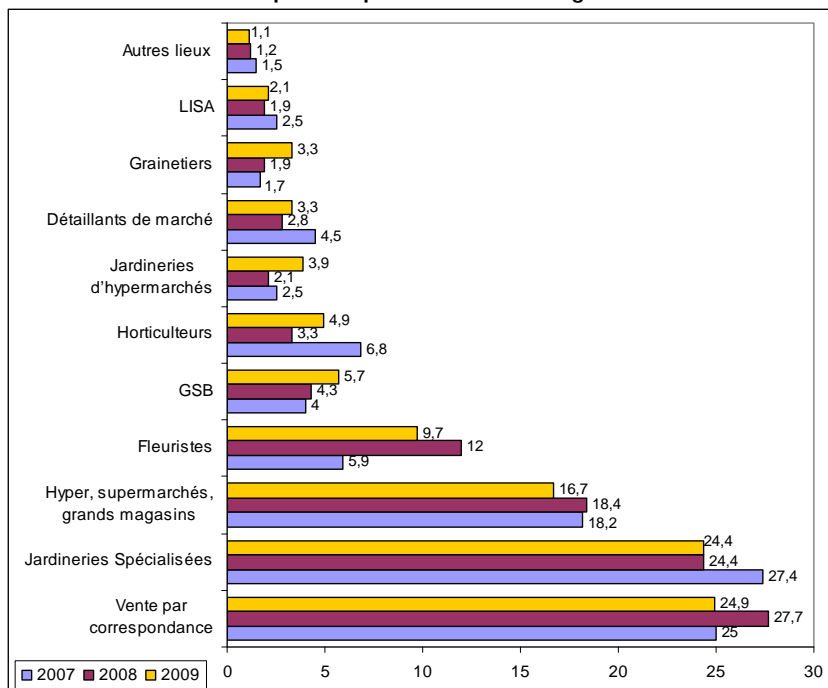
### Sommes dépensées en %



Traditionnellement, septembre et octobre sont les deux mois privilégiés pour les achats de bulbes à fleurs.

## Évolution de la part des lieux d'achat

Sommes dépensées pour les bulbes et oignons à fleurs en %



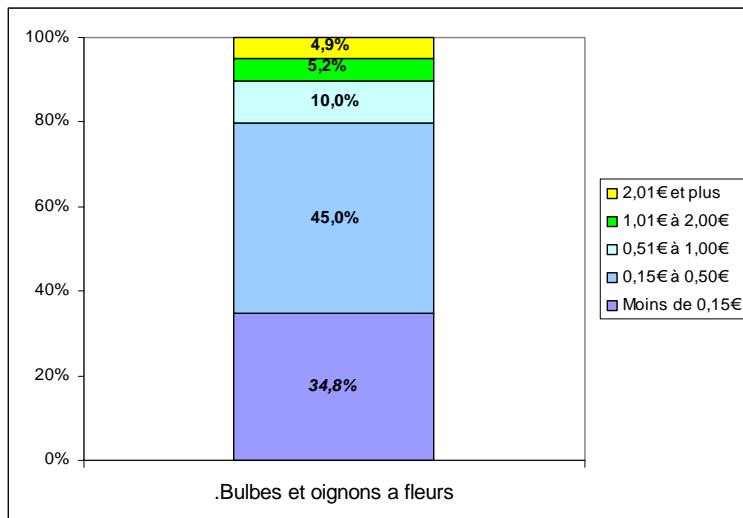
La VPC et les jardinerie spécialisées sont les deux principaux lieux d'achat pour les bulbes et oignons à fleurs.

En 2009, la VPC a perdu 2,8 points pour atteindre 24,9 % de part de marché, les fleuristes et la GMS ont perdu respectivement 2,3 points et 1,7 point.

Les jardinerie d'hypermarché ont gagné 1,8 point pour atteindre 3,9 % de part de marché, les horticulteurs ont gagné 1,6 point, la GSB comme les grainetiers 1,4 point.

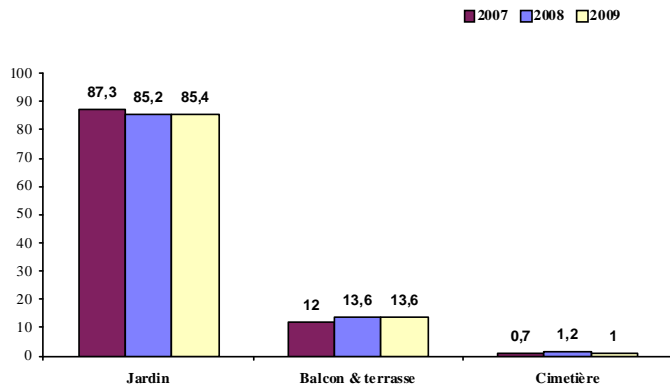
## Répartition par tranche de prix

Part des volumes de plantes par tranches de prix

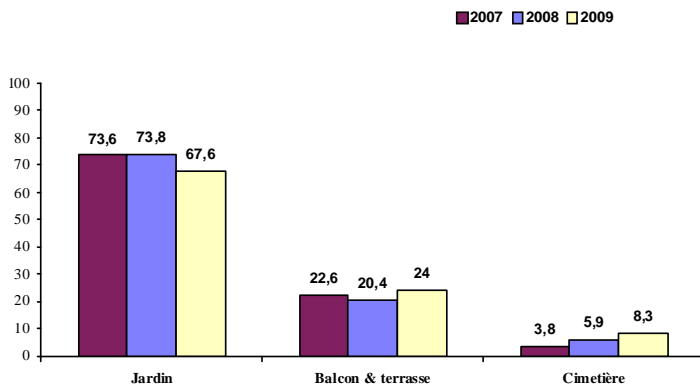


## Destination des achats

En volume (en %)



En valeur (en %)



## LES FRUITIERS (ARBRES ET ARBUSTES)

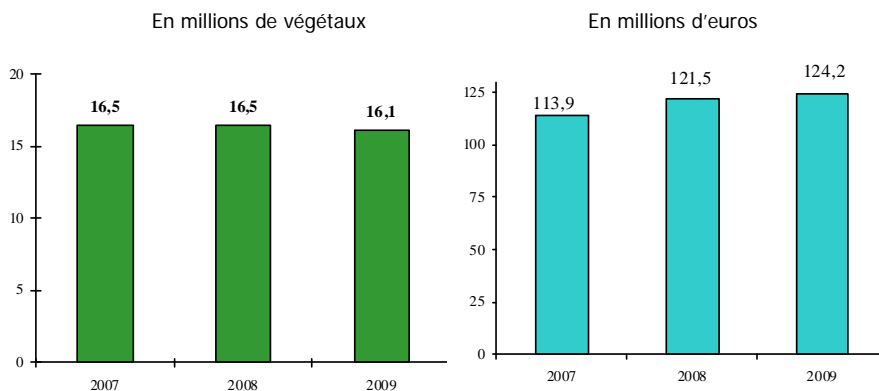
Sur le marché des végétaux d'extérieur, les arbres et arbustes fruitiers représentent :

- 3,5 % des quantités achetées,
- 13 % des sommes dépensées,

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)*	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)*
Arbres fruitiers	3,8	0,8%	5,9	95,2	10,0%	-0,8
Arbustes à petits fruits	12,3	2,7%	-4,9	29	3,0%	13,6
Ensemble	16,1	3,5%	-2,5	124,2	13,0%	2,2
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

\*pourcentages calculés sur des résultats non arrondis

Evolution des achats



En 2009, 16,1 millions d'arbres et arbustes fruitiers ont été achetés pour un montant de 124,2 millions d'euros.

Ce groupe comprend deux sous groupes : les arbres fruitiers et les arbustes fruitiers à petits fruits.

Si le marché des arbres fruitiers progresse en volume par rapport à 2008, il baisse légèrement en valeur. A contrario le marché des arbustes fruitiers à petits fruits baisse en volume mais progresse en valeur.

### Quantités achetées(en millions)

	2007	2008	2009
Arbres fruitiers	3,6	3,6	3,8
Arbustes fruitiers à petits fruits	12,9	12,9	12,3
<b>Ensemble</b>	<b>16,5</b>	<b>16,5</b>	<b>16,1</b>

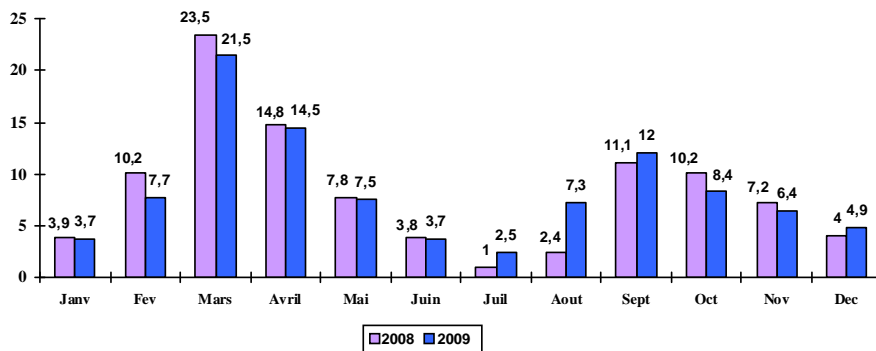
### Sommes dépensées (en millions d'euros)

	2007	2008	2009
Arbres fruitiers	89,8	96	95,2
Arbustes fruitiers à petits fruits	24,1	25,5	29
	<b>113,9</b>	<b>121,5</b>	<b>124,2</b>

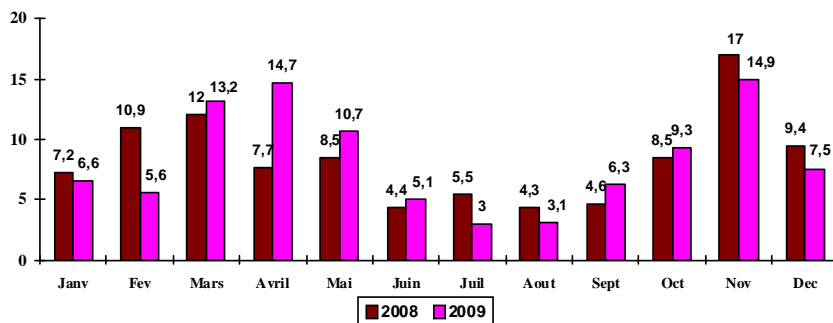
Chiffres arrondis

Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %

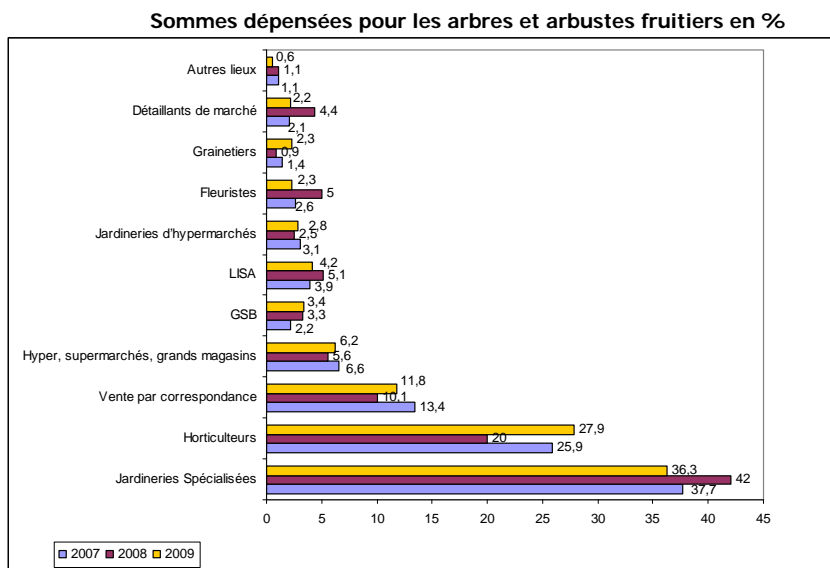




En 2009, les achats des mois de février mars et avril ont représenté 43,7 % des volumes et 33,5 % des valeurs des parts de marché de cette catégorie. Les achats des mois de janvier et février connaissent une baisse compensée par la hausse des mois de mars avril et mai.

Les achats d'automne, sur les mois de septembre, octobre et novembre représentent 28,8 % des volumes et 30,5 % des valeurs des parts de marché.

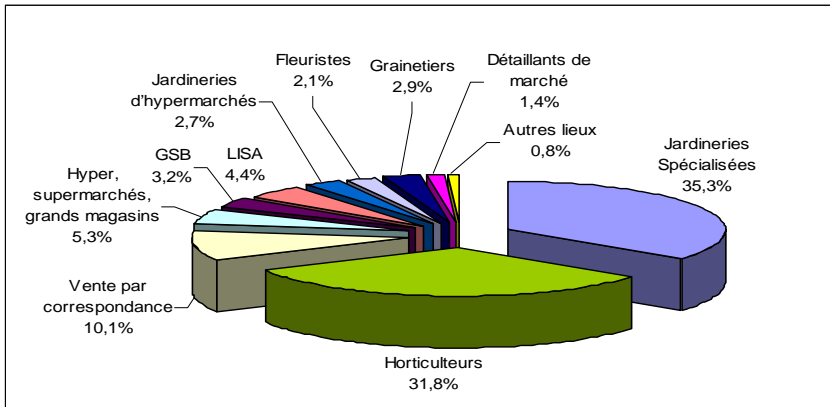
## Évolution de la part des lieux d'achat



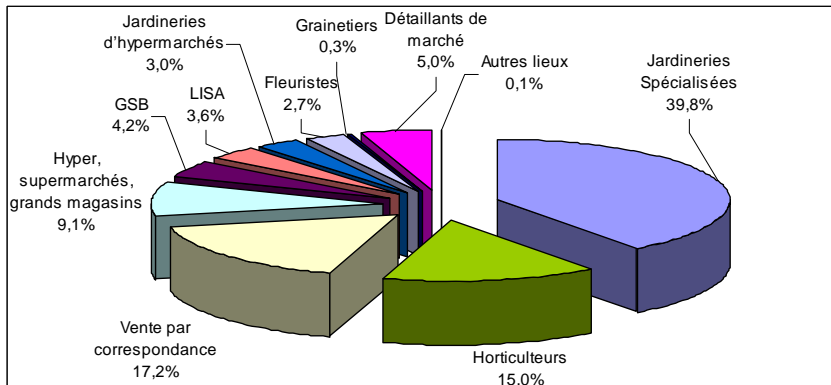
Les lieux d'achat des arbres et arbustes fruitiers dont la part de marché progresse en 2009 sont les horticulteurs (+ 7,9 points) à 27,9 %, la VPC et les GMS (respectivement + 1,7 point) et + 0,6 point).

Par contre, la part des jardinerie spécialisées baisse en 2009 de 5,7 points à 36,3 % du total des dépenses de cette catégorie et les LISA de -0,9 % à 4,2 %.

### Lieux d'achat des arbres fruitiers en 2009

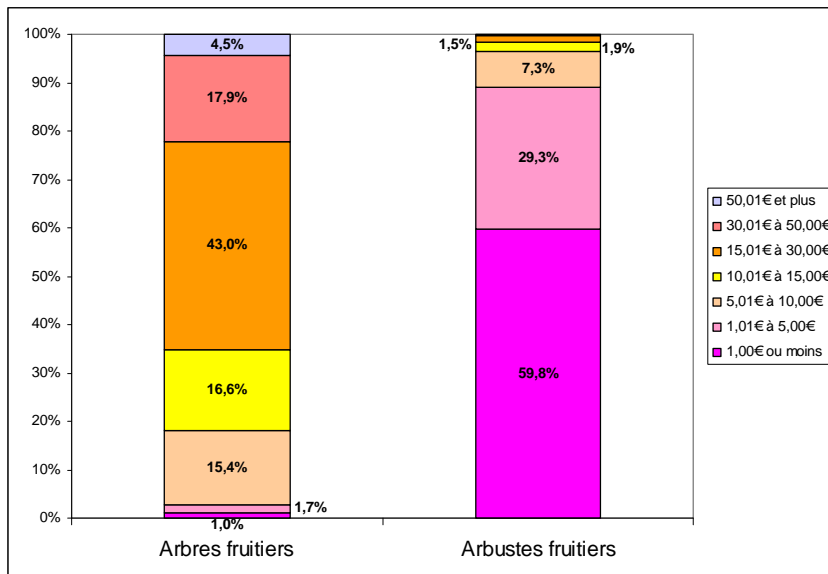


### Lieux d'achat des arbustes fruitiers à petits fruits en 2009



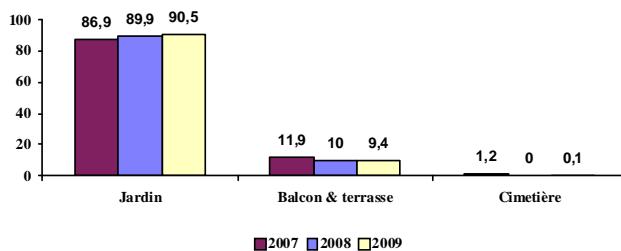
## Répartition par tranche de prix

Part des volumes de plantes par tranches de prix

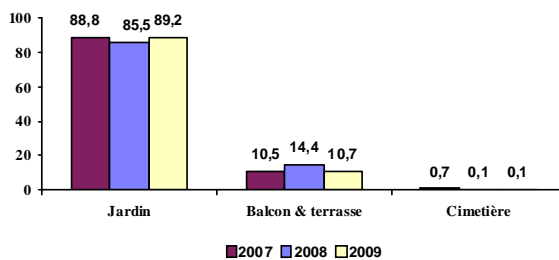


## Destination des achats

*En volume (en %)*



*En valeur (en %)*





Les lieux d'achat

---

## Répartition des lieux d'achat

	Année 2009		Evolution des achats 2009/2008	
	Quantités (en millions)	Valeurs (millions d'euros)	% en volume	% en valeur
Jardineries Spécialisées	128,9	330,3	4,9	0
Horticulteurs	73,6	197,8	0,7	9,9
Vente par correspondance	51,6	88,5	-6,7	11
Hyper, supermarchés, grands magasins	81,5	86,2	-2,1	4,4
Jardineries d'hyper	20,3	28,5	61,9	12
Détaillants de marché	26,3	50,1	1,1	0,9
Ensemble des fleuristes*	17,1	77,8	3,8	4,1
Grande surface de bricolage	26,9	34	21	3,8
Grainetiers	10,5	23,9	22,9	40,5
Autres lieux	21,6	38,8	-3,6	7,1
<i>Ensemble du marché</i>	458,3	955,9	3,5	4,3

Entre 2009 et 2008, tous les lieux d'achat augmentent en valeur notamment les horticulteurs (+ 9,9 %), la VPC (+ 11 %), les jardineries d'hypermarché (+ 12 %) et les grainetiers (+ 40,5 %) ces deux derniers lieux d'achat représentant toutefois des parts de marché plus faible.

Le premier secteur, « les Jardineries Spécialisées » qui représente 34,6 % des dépenses, connaît une progression en volume de 4,9 % et une stabilité en valeur ; les « horticulteurs », second secteur en poids avec 20,7 % des dépenses, progressent de 9,9 % en valeur et de 0,7 % volume.

La VPC se renforce en valeur de 11 % et devient le troisième secteur en valeur malgré une évolution négative en volume, devant les GMS qui, néanmoins, progressent elles aussi en valeur, mais dans une moindre mesure (4,4 %).

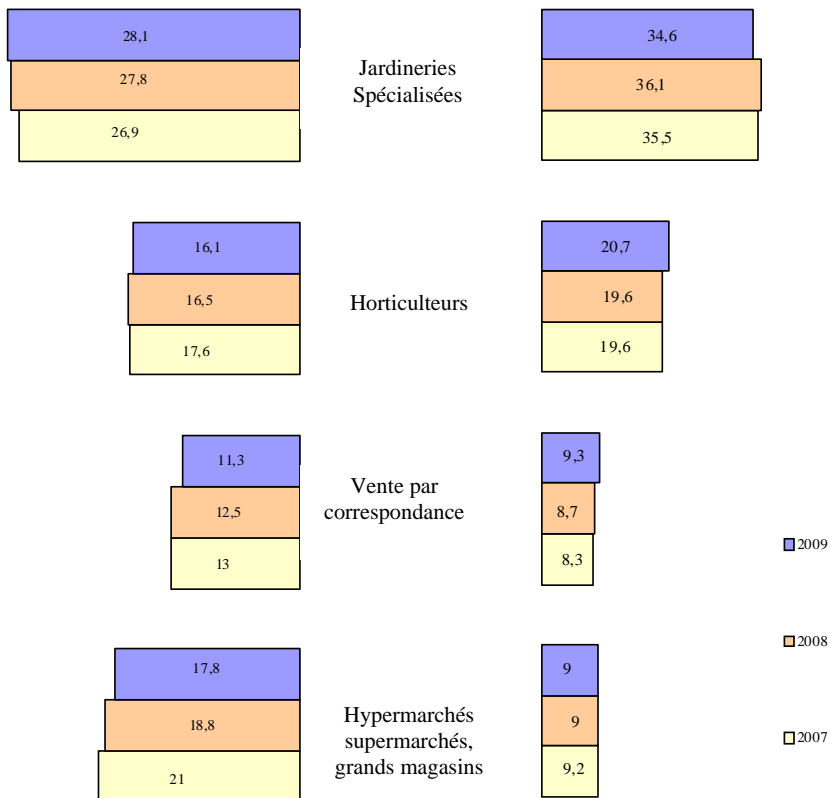
Les fleuristes se renforcent en valeur de 4,1 % et en volume de 3,8 %, puis viennent les détaillants de marché qui progressent légèrement tant en volume qu'en valeur.

Enfin les GSB, les jardineries d'hypermarché, les grainetiers et les autres lieux (dont LISA) qui représentent de 2,5 % à 4 % voient aussi leurs achats augmenter en valeur notamment les grainetiers (40,5 %).

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

Quantités achetées en %

Sommes dépensées en %



Sur 3 ans, on constate un renforcement des jardineries spécialisées en volume mais un léger retrait sur leur part de marché en valeur, a contrario, les horticulteurs augmentent leur part de marché en valeur mais reculent légèrement en volume.

On assiste à un repli des parts de marché en volume tant pour la VPC que pour les GMS tandis que leur poids en valeur se maintient.



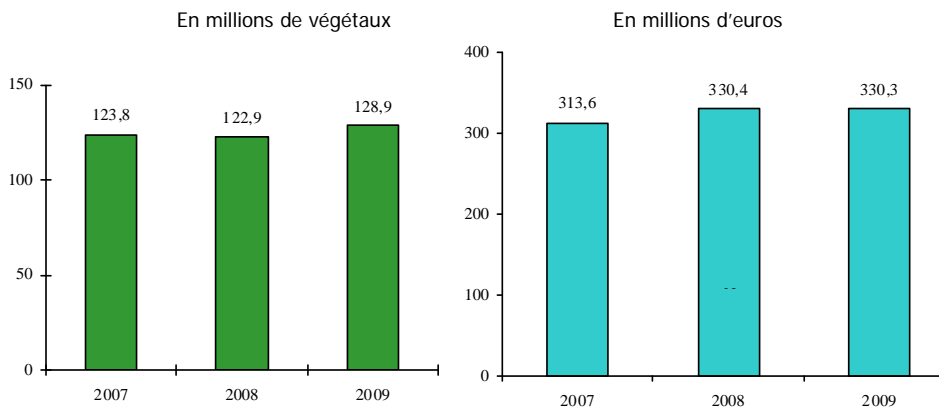
## LES JARDINERIES SPECIALISEES

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

- 28,1 % des quantités achetées,
- 34,6 % des sommes dépensées

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Jardinerie Spécialisées	128,9	28,1%	4,9	330,3	34,6%	0
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



Avec 128,9 millions de végétaux d'extérieur achetés pour un montant de 330,3 millions d'euros, les jardinerie spécialisées affichent une hausse de 4,9 % de leurs résultats en volume et une stabilité en valeur.

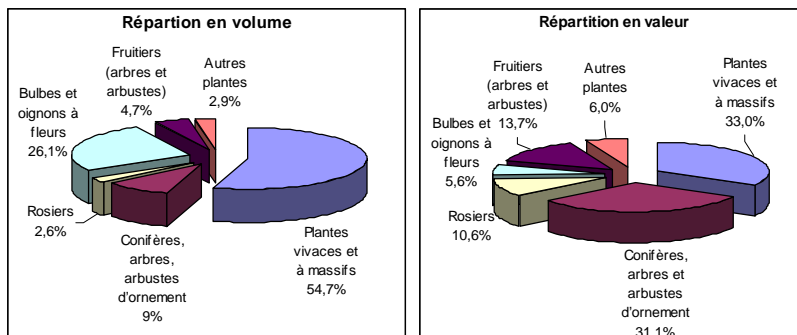
## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	55,3	54,7	32,8	33
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	8,3	9	34,5	31,1
Rosiers	2,5	2,6	8,2	10,6
Bulbes et oignons à fleurs	27,3	26,1	5,5	5,6
Fruitiers (arbres et arbustes)	4,2	4,7	15,6	13,7
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	2,4	2,9	3,4	6
Total	100	100	100	100

En volume, les plantes vivaces et à massifs et les bulbes et oignons à fleurs restent les catégories de produits les plus fréquemment achetées en jardinerie spécialisée avec respectivement 54,7 % et 26,1 % des parts de marchés.

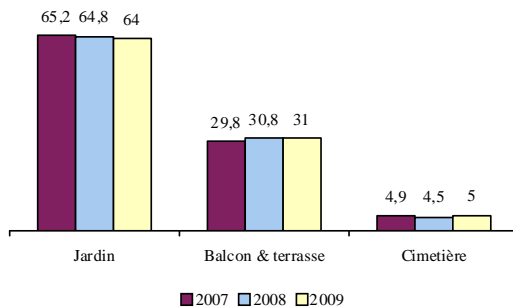
En valeur, ce sont les plantes vivaces et à massifs ainsi que les conifères, arbres et arbustes d'ornement qui occupent les deux premiers rangs cette année avec respectivement 33 % et 31,1 % des dépenses.

La part de la catégorie « rosiers » progresse de 2,4 points à 10,6 % de poids en valeur. On constate un recul de la part des dépenses en conifères, arbres et arbustes d'ornement dont la part passe de 34,5 % en 2008 à 31,1 % en 2009 (- 3,4 points) et une baisse de la catégorie arbres et arbustes fruitiers dont la part des dépenses passe de 15,6 % à 13,7 % (- 1,9 point).

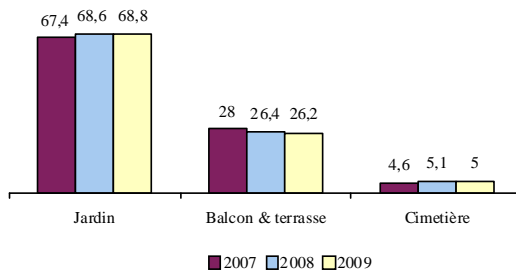


## Destination de ces produits

### En volume (%)



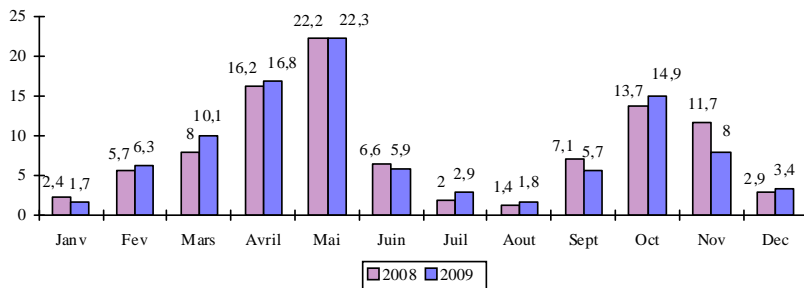
### En valeur (%)



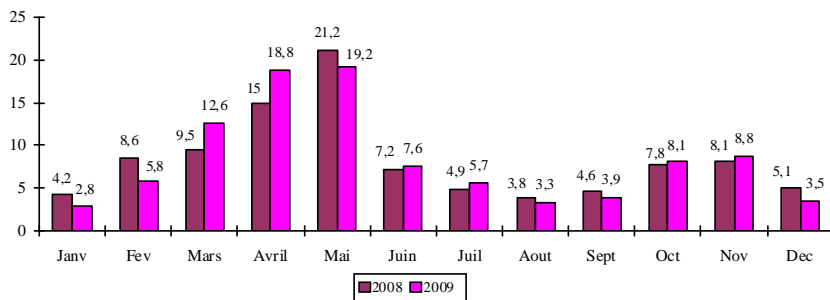
Le jardin est la principale destination des achats effectués en jardinerie spécialisée : 64 % des volumes, 68,8 % des valeurs.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



La période où les achats en volume sont massifs se situe au cours des mois de mars, avril et mai. En 2009, ces trois mois représentent 49,2 % des volumes et 50,6 % des dépenses.

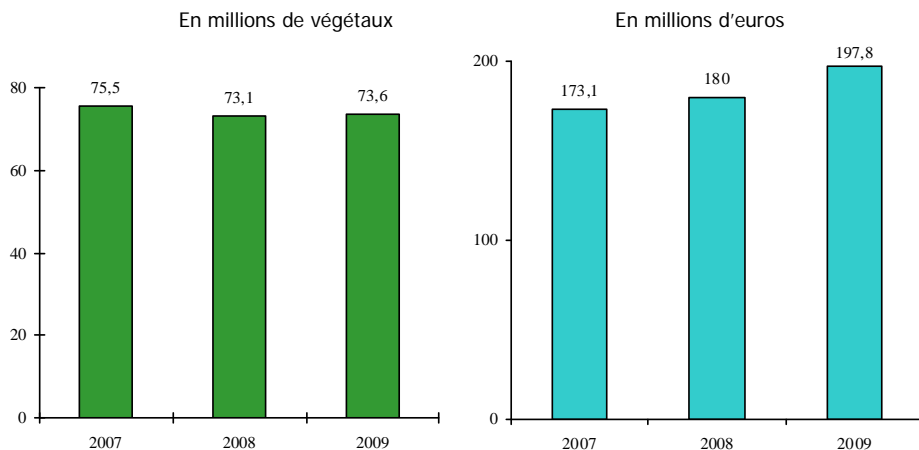
## LES HORTICULTEURS

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

- 16,1 % des quantités achetées,
- 20,7 % des sommes dépensées

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08(en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08(en %)
Horticulteurs	73,6	16,1%	0,7	197,8	20,7%	9,9
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



En 2009, 73,6 millions de végétaux ont été achetés auprès des horticulteurs pour une dépense de 197,8 millions d'euros.

## Les produits vendus

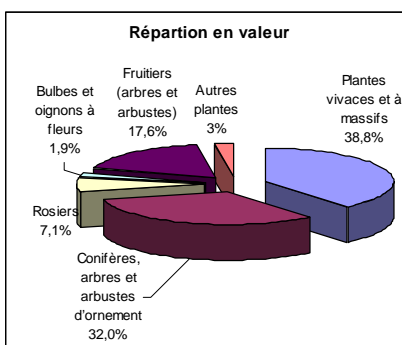
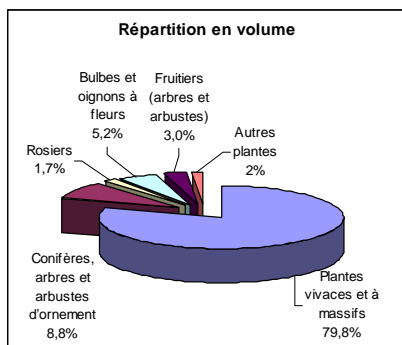
	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	82,3	79,8	43,3	38,8
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	8,7	8,8	32,8	32
Rosiers	1,6	1,7	7	7,1
Bulbes et oignons à fleurs	2,5	5,2	1,4	1,9
Fruitiers (arbres et arbustes)	3,4	3	13,6	17,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	1,5	1,5	1,9	2,6
Total	100	100	100	100

Les plantes vivaces et à massifs restent les produits les plus achetés chez les horticulteurs, cependant entre 2008 et 2009 leur part baisse tant en volume qu'en valeur de respectivement 2,5 points et 4,5 points.

La catégorie « conifères et arbres et arbustes d'ornement » perd 0,8 point en valeur entre 2008 et 2009 mais reste stable en volume.

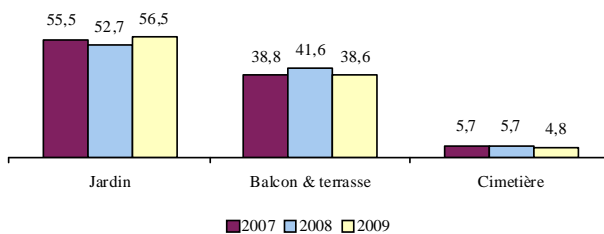
Les arbres et arbustes fruitiers voient leur poids augmenter en valeur et baisser légèrement en volume.

Le poids des rosiers est stable. La part des bulbes et oignons à fleurs s'accroît en volume de 2,7 points et de 0,5 point en valeur.

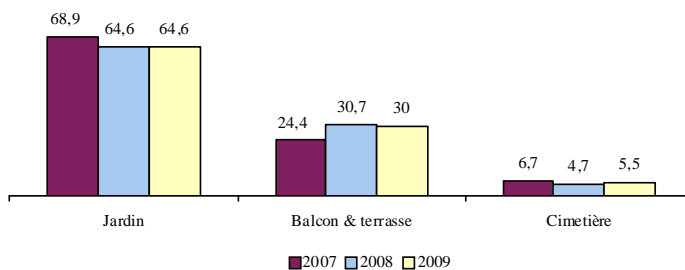


## Destination de ces produits

### En volume (%)



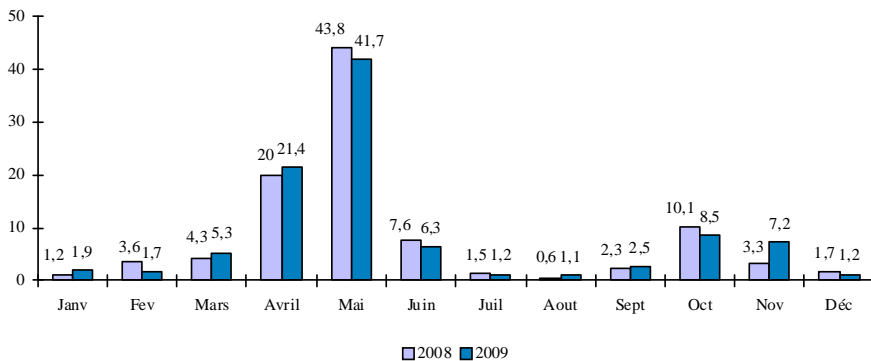
### En valeur (%)



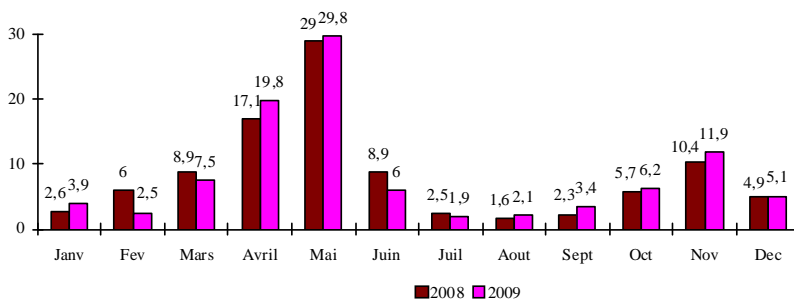
Chez les horticulteurs, la part des achats pour le jardin reste prédominante.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



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

Les achats de printemps (mars, avril, mai) représentent 68,4 % des quantités et 57,1 % des dépenses.



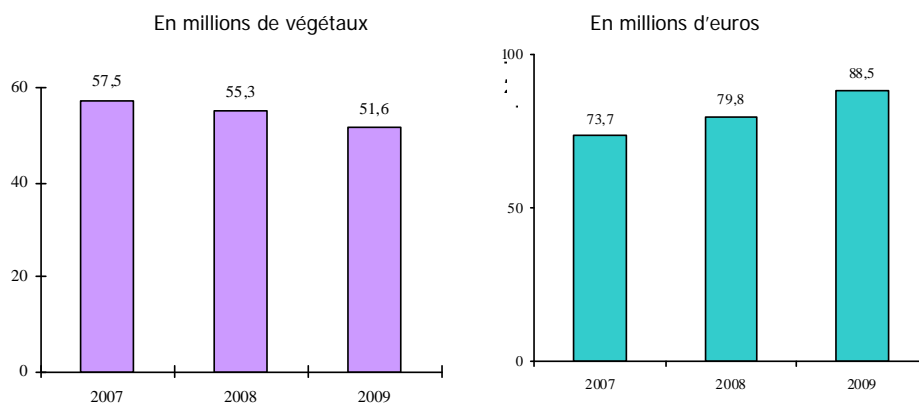
## LA VENTE PAR CORRESPONDANCE

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

- 11,3 % des quantités achetées,
- 9,3 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Vente par correspondance	51,6	11,3%	-6,7	88,5	9,3%	11
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



En 2009, on constate une diminution des achats en VPC de 6,7 % en volume à 51,6 millions d'entités et une progression de 11 % des dépenses à 88,5 millions d'euros.

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	19,1	26,2	26	28,4
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	3,7	6,1	17,2	20,9
Rosiers	2,1	2,1	10,2	9,5
Bulbes et oignons à fleurs	66,8	57,8	25,8	21,4
Fruitiers (arbres et arbustes)	5,8	4,8	15,4	16,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	2,5	3	5,4	3,2
Total	100	100	100	100

Entre 2008 et 2009, la part de marché des bulbes, produit phare de la vente par correspondance en quantité, régresse de 9 points en volume à 57,8 % et de 4,4 points en valeur à 21,4 %.

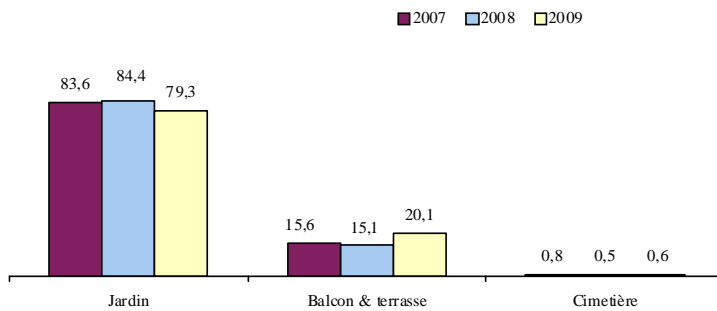
Les plantes vivaces et à massifs confirment leur position de premier poste en valeur à 28,4 % des parts de marchés des produits vendus en VPC, en progression de 2,4 points en valeur (+ 7,1 en volume).

Les achats de conifères, d'arbres et d'arbustes d'ornement progressent de 2,4 points en volume et de 3,7 points en valeur.

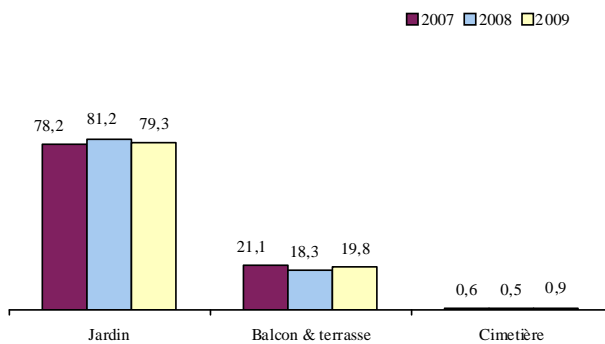
La part de marché des rosiers est stable en volume et en légère hausse en valeur.

## Destination de ces produits

### En volume (%)

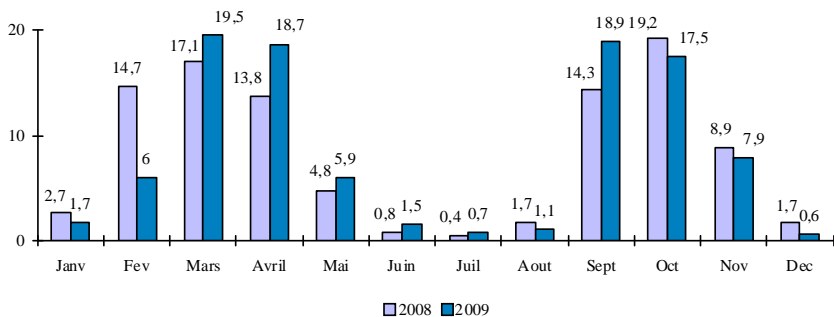


### En valeur (%)

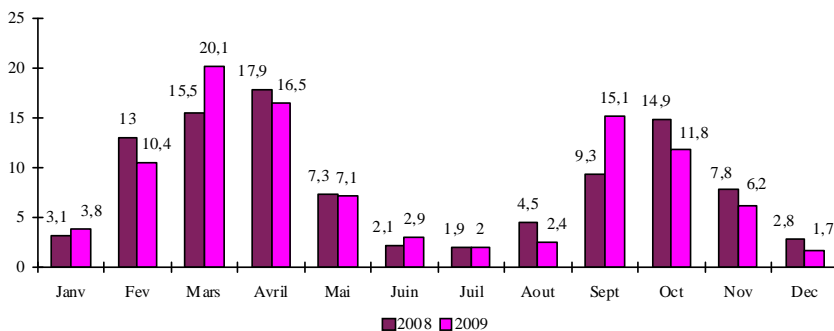


## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



La part des achats de printemps (février, mars, avril) passe en volume de 45,6 % en 2008 à 44,2 % en 2009 (-1,4 point) et en valeur de 46,4 % en 2008 à 47 % en 2009 (+ 0,6 point).

Les achats d'automne passent en volume de 42,4 % en 2008 à 44,3 % en 2009 (+ 1,9 point) et, en valeur, de 32 % en 2008 à 33,1 % (+ 1,1 point).

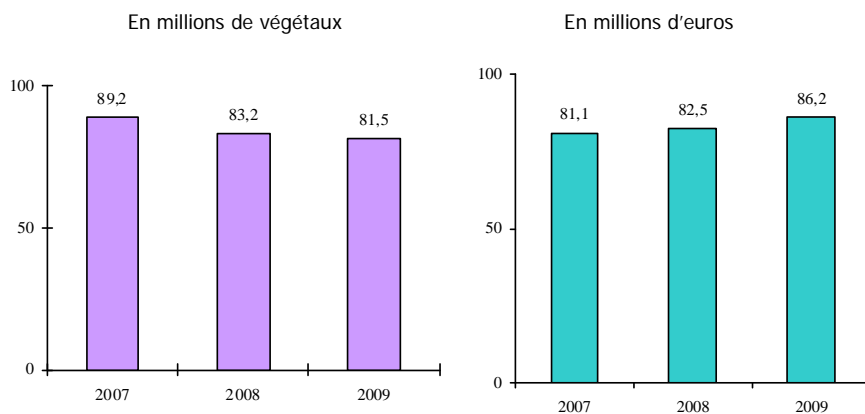
## LES HYPERMARCHÉS, SUPERMARCHÉS ET GRANDS MAGASINS

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

- 17,8 % des quantités achetées,
- 9 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Hypermarchés, supermarchés et grandes surfaces	81,5	17,8%	-2,1	86,2	9,0%	4,4
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



Entre 2009 et 2008, on constate une baisse des achats en volume de - 2,1 % et une hausse des dépenses de 4,4 % à 86,2 millions d'euros.

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	39,3	40,3	33,8	32,1
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	3,9	4,4	20,5	22,4
Rosiers	2,4	2,2	11,5	10,4
Bulbes et oignons à fleurs	48,6	46,2	16,7	14,8
Fruitiers (arbres et arbustes)	1,9	2,4	8,3	9
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	3,9	4,5	9,1	11,3
Total	100	100	100	100

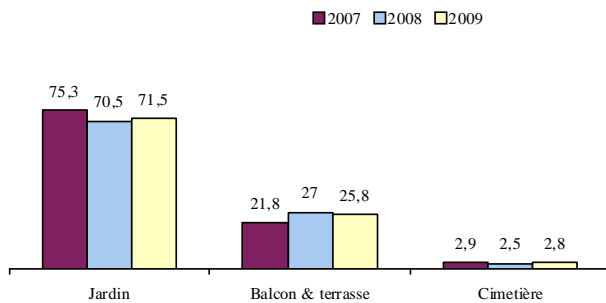
En volume, les bulbes et oignons à fleurs et les plantes vivaces et à massifs constituent les produits les plus fréquemment achetés en hypermarchés, supermarchés et grands magasins (respectivement 46,2 % et 40,3 %).

En valeur, ce sont les plantes vivaces et à massifs puis les conifères, arbres et arbustes d'ornement ainsi que les bulbes et oignons à fleurs qui génèrent les plus forts totaux (respectivement 32,1 %, 22,4 % et 14,8 % des sommes dépensées).

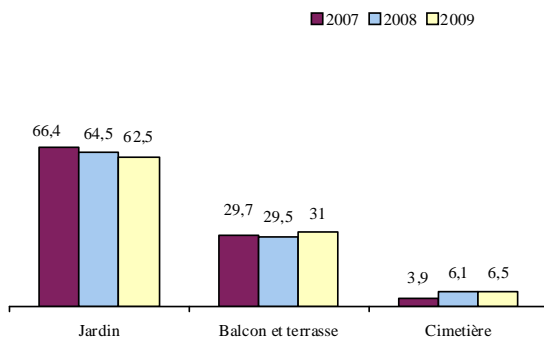
En valeur, entre 2008 et 2009, la part des plantes à massif et vivaces régresse de 1,7 point, celle des bulbes et oignons à fleurs de 1,9 point et celle des rosiers de 1,1 point. La part des conifères, arbres et arbustes d'ornement augmente de 1,9 point.

## Destination de ces produits

### En volume (%)

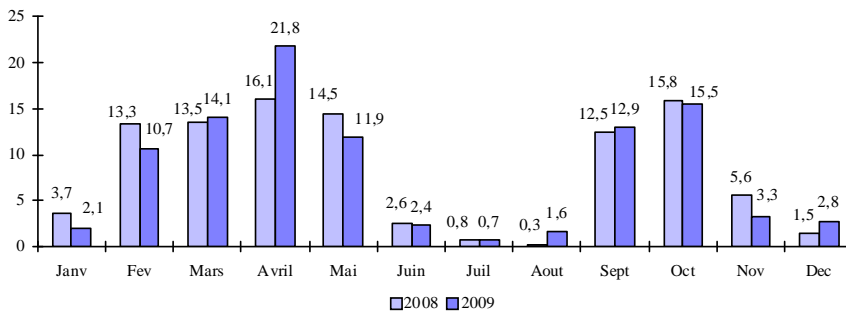


### En valeur (%)

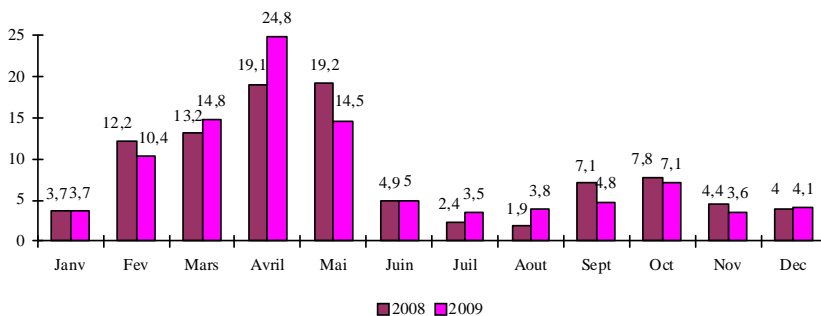


## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



En 2009, la part des dépenses en hyper/supermarchés réalisée en mars, avril, mai augmente en valeur de 2,6 points par rapport à la même période 2008.



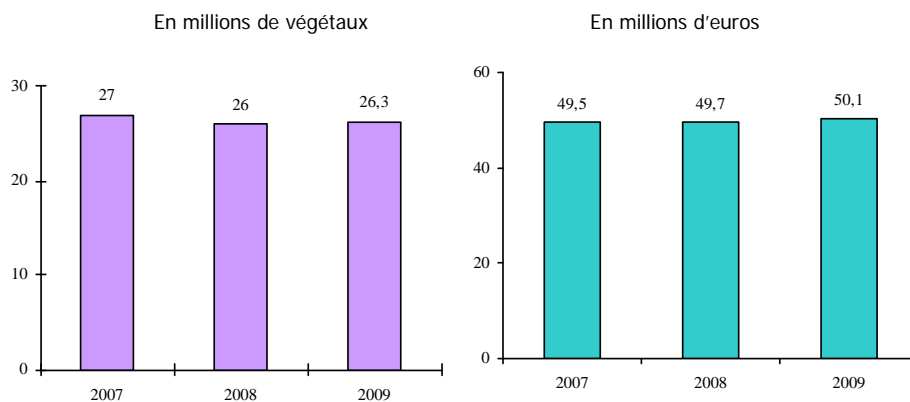
## LES DÉTAILLANTS DE MARCHÉ

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

- 5,7 % des quantités achetées,
- 5,2 % des sommes dépensées

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Détaillants de marché	26,3	5,7%	1,1	50,1	5,2%	0,9
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



Entre 2008 et 2009, les achats chez les détaillants de marché sont relativement stables tant en volume qu'en valeur.

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	83,9	72,6	58,7	57,9
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	3,5	6,9	17,9	20,5
Rosiers	1,1	1,4	6,9	9
Bulbes et oignons à fleurs	7,8	14,7	4,3	5
Fruitiers (arbres et arbustes)	2,7	3,3	11	5,5
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	1	1,1	1,2	2,1
Total	100	100	100	100

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

Néanmoins, en 2009, la part des achats de plantes vivaces et à massifs décroît de 11,3 points en volume avec 72,6 % et baisse légèrement en valeur (-0,8 point) à 57,9 %.

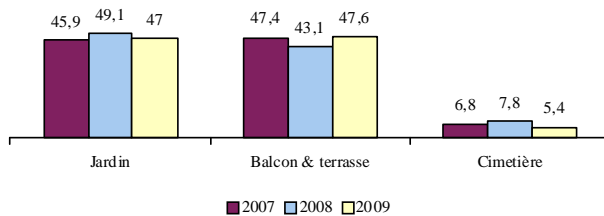
Les conifères, arbres et arbustes de haie et d'ornement gagnent 3,4 point en volume et 2,6 points en valeur.

La part des bulbes et oignons à fleurs augmente en volume de 6,9 point et 0,7 point en valeur.

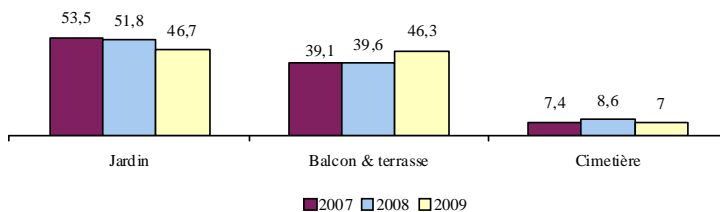
On remarque une reprise des rosiers en valeur (+ 2,1 points) mais un affaiblissement de la catégorie arbres et arbustes fruitiers (- 5,5 points en valeur).

## Destination de ces produits

*En volume (%)*



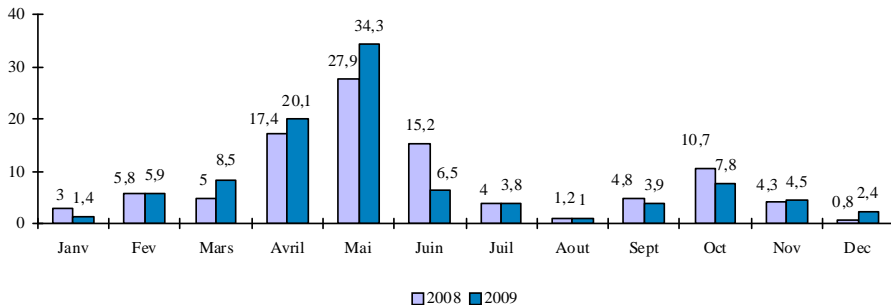
*En valeur (%)*



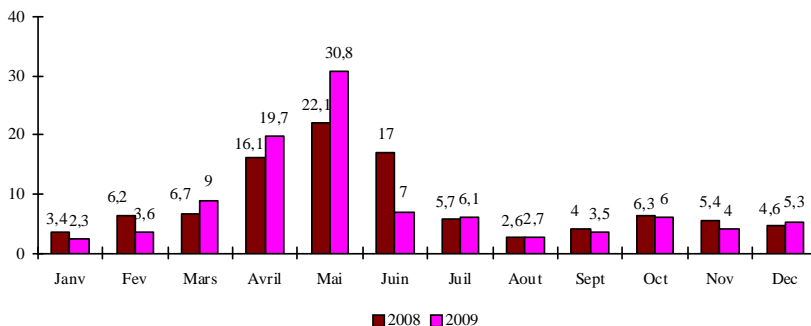
Les achats sur les marchés sont pratiquement autant destinés aux jardins qu'aux balcons/terrasses.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



Les détaillants de marché vendent principalement des plantes à massif et vivaces.

Plus de la moitié des achats sont réalisés en mars, avril et mai. Mai reste le mois privilégié avec une part de marché de 34,3 % en volume et de 30,8 % en valeur.

Sur les mois d'avril, mai et juin le pourcentage des parts de marché augmente en valeur de 2,3 points et de 0,4 point en volume.

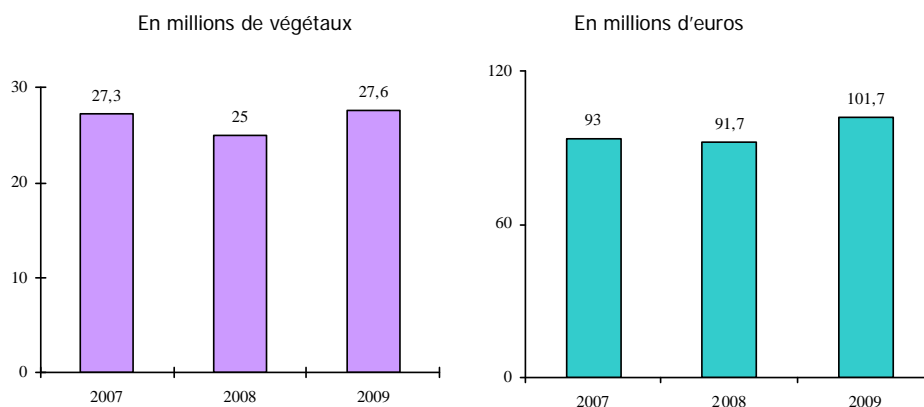
## LES FLEURISTES ET LES GRAINETIERS

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

- 6 % des quantités achetées,
- 10.6 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Fleuristes	17,1	3,7%	3,8	77,8	8,1%	4,1
Grainetiers	10,5	2,3%	22,9	23,9	2,5%	40,5
ST Fleuristes, grainetiers	27,6	6,0%	10,4	101,7	10,6%	10,9
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



Cette année, la part des achats chez les fleuristes a augmenté de 3,8 % en volume et 4,1 % en valeur. La part des achats chez les grainetiers progresse de 22,9 % en volume et de 40,5 % en valeur.

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	60,4	60,3	32,6	31,8
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	10	8	30,6	32,6
Rosiers	4,2	4,6	12,6	12
Bulbes et oignons à fleurs	21,8	21,4	11,5	9,8
Fruitiers (arbres et arbustes)	1,9	1,2	7,9	5,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	1,7	4,5	4,8	8,2
Total	100	100	100	100

Les plantes vivaces et à massifs demeurent en volume la catégorie la plus achetée chez les fleuristes et les grainetiers avec 60,3 % des volumes (- 0,1 point) et 31,8 % des valeurs (- 0,8 point).

La catégorie conifères, arbres et arbustes d'ornement, plantes de terre de bruyère, si elle représente 8 % des volumes achetés (- 2 points par rapport à 2008) arrive en première position en valeur à 32,6 % (+ 2 points par rapport à 2008).

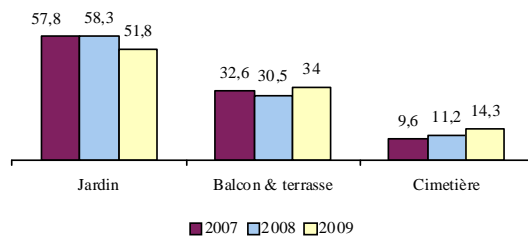
La part des bulbes et oignons à fleur est stable en volume (- 0,4 point) mais perd 1,7 point en valeur.

Les fruitiers (arbres et arbustes) baissent surtout en valeur (-2,3 points).

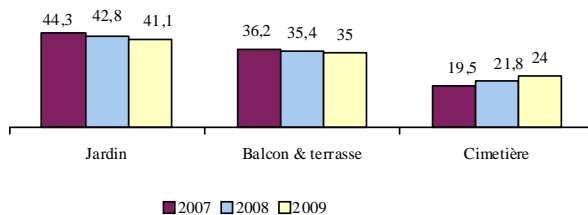
La catégorie « Autres plantes » (regroupement des autres plantes, des graines de fleurs et de gazon, des cactées et des kalanchoés) est celle qui progresse le plus cette année.

## Destination de ces produits

### En volume (%)



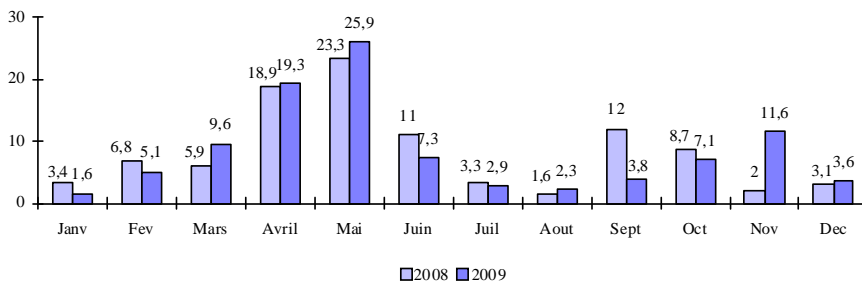
### En valeur (%)



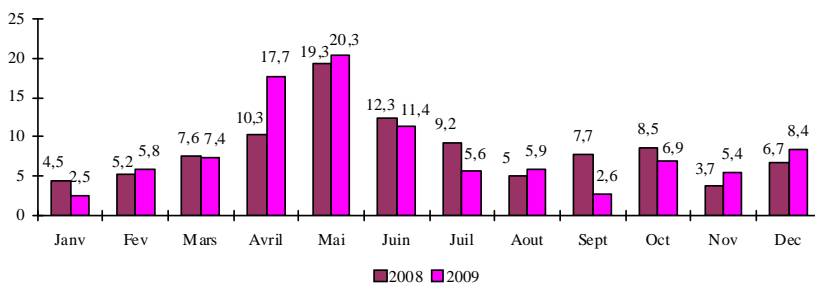
Sur ces lieux d'achat, on constate cette année un glissement des achats en végétaux d'extérieur du jardin vers le cimetière.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %





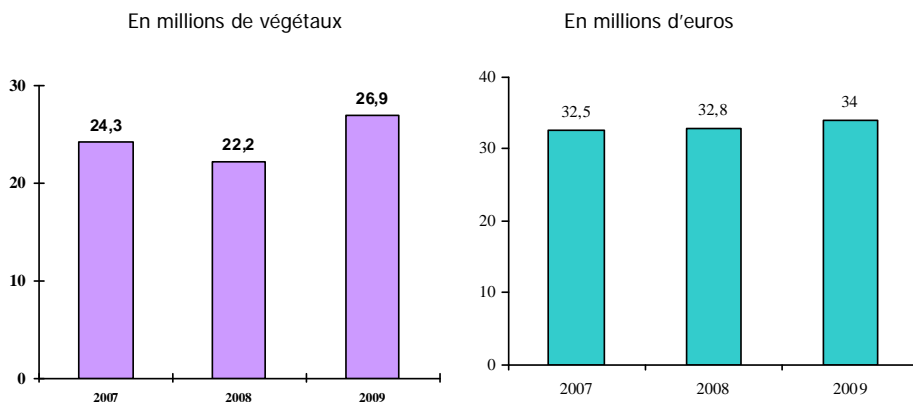
## LES GRANDES SURFACES DE BRICOLAGE

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

- 5,9 % des quantités achetées,
- 3,6 % des sommes dépensées

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Grande surface de bricolage	26,9	5,9%	21	34	3,6%	3,8
Ensemble du marché	458,3	100,0%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



La tendance des achats en GSB, est à la hausse, + 21 % en volume et + 3,8 % en valeur.

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	51,7	38,6	35,2	33,1
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	5,8	5,3	24,9	23
Rosiers	2,1	1,4	5,8	7,4
Bulbes et oignons à fleurs	30,5	49	9,7	12,7
Fruitiers (arbres et arbustes)	6,6	2,7	12,4	12,6
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	3,3	3	12	11,2
Total	100	100	100	100

La part des plantes à massif et vivaces est en retrait en 2009 de 13,1 point en volume et de 2,1 points en valeur.

Les bulbes deviennent la catégorie de végétal ayant la position la plus forte en volume soit 49 %, avec une hausse de 18,5 point par rapport à 2008. On constate également une hausse de 3 points en valeur à 12,7 % de part de marché.

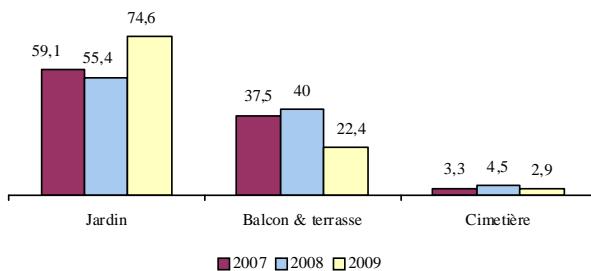
La part des conifères et autres arbres et arbustes d'ornement perd 1,9 point en valeur pour se situer à 23 % des sommes dépensées.

La part des arbres et arbustes fruitiers, décroît en volume de 3,9 points à 2,7 % mais reste stable en valeur à 12,6 %.

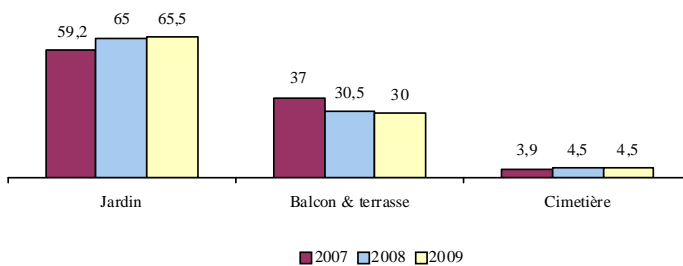
Les rosiers progressent en valeur de + 1,6 point à 7,4 % des sommes dépensées.

## Destination de ces produits

*En volume (%)*



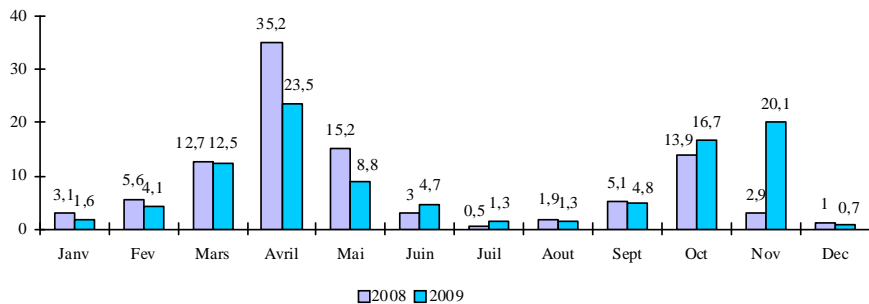
*En valeur (%)*



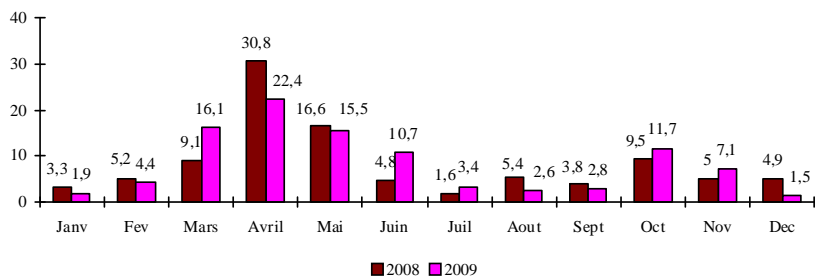
On peut constater en 2009, une belle progression des volumes destinés au jardin au détriment des balcons et terrasses.

## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



En 2009, les achats de printemps (mars, avril et mai) accusent un retrait de 2,5 points par rapport à 2008, bien reconquis sur le mois de juin et à l'automne (+ 5,8 points).

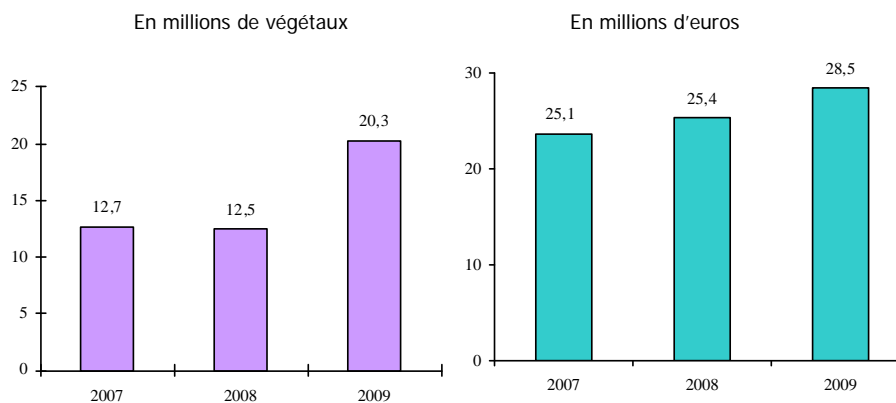
## LES JARDINERIES D'HYPERMARCHES

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

- 4 % des quantités achetées,
- 3 % des sommes dépensées.

	Quantités achetées (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)
Jardinerias d'hypermarché	20,3	4%	61,9	28,5	3,0%	12
Ensemble du marché	458,3	100%	3,5	955,9	100,0%	4,3

### Évolution des achats



Les achats en jardinerias d'hyper sont en hausse en volume (+ 61,9 %) et en valeur (+ 12 %).

## Les produits vendus

	En volume (en %)		En valeur (en %)	
	2008	2009	2008	2009
Plantes vivaces et à massifs	63,3	44,7	27,1	33,3
Conifères, arbres et arbustes d'ornement	7,4	5,9	33,9	25,1
Rosiers	3,6	2,1	13	12,3
Bulbes et oignons à fleurs	20,3	43,2	6,2	10,5
Fruitiers (arbres et arbustes)	2,7	1,6	11,9	12
Autres plantes (dont graines de fleurs et gazon)	2,7	2,5	7,9	6,8
Total	100	100	100	100

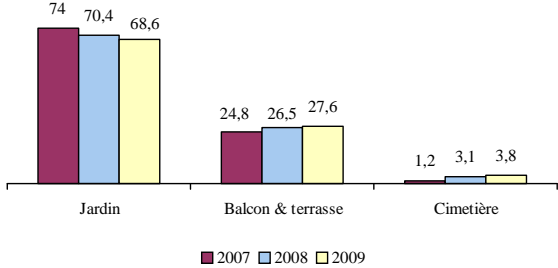
Les plantes à massif et vivaces et les bulbes à fleurs représentent 87,9 % des volumes et 43,8 % des dépenses de l'ensemble des végétaux d'ornement achetés dans les jardinerie d'hyper.

Les bulbes et oignons à fleurs progressent de 22,9 points en volume et 4,3 points en valeur. Les plantes vivaces et à massifs perdent 18,6 points en volume mais gagnent 6,2 points en valeur.

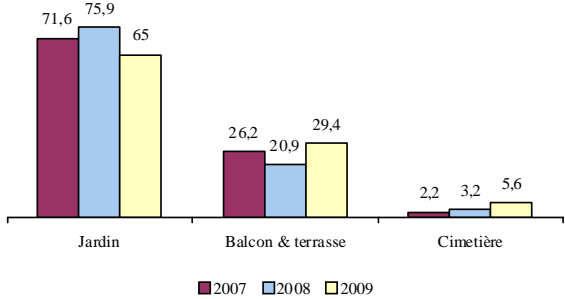
Pour l'analyse des évolutions par catégorie de végétaux, il est cependant important de se rappeler que sur le marché des végétaux d'extérieur, les jardinerie d'hypermarchés ne représentent que 4 % en volume des quantités achetées.

**Destination de ces produits**

*En volume (%)*

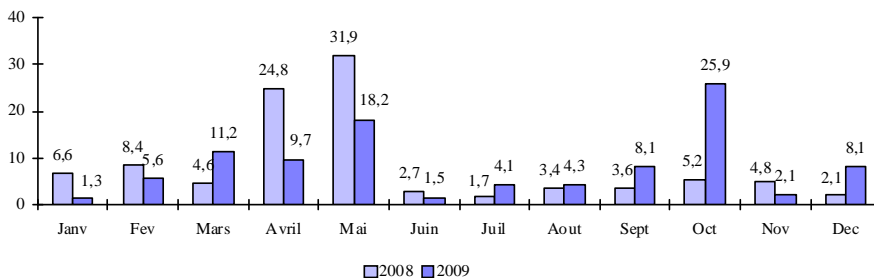


*En valeur (%)*

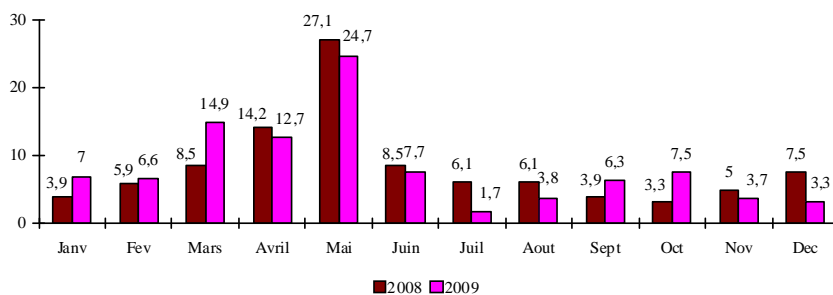


## Calendrier d'achat

### Quantités achetées en %



### Sommes dépensées en %



Les mois de mars, avril et mai représentent 39,1 % du marché en volume en baisse de plus de 22 points/2008. Toutefois, ils représentent 52,3 % du marché en sommes dépensées, en hausse de 12,5 points/2008.

On peut observer une hausse en volume et en valeur au mois d'octobre, certainement liée à l'augmentation de la catégorie bulbes et oignons à fleurs.





Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer  
12, rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil-sous-Bois cedex  
tél. : +33 1 73 30 30 00 / fax : +33 1 73 30 30 30  
© FranceAgriMer 2010 / [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

photos : droits réservés / impression - Atelier d'impression de l'Arborial