

KANTAR

Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2023



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FranceAgriMer

VALHOR
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL

METHODOLOGIE	3
LES ENSEIGNEMENTS CLÉS	7
 1 LE BUDGET DÉDIÉ AUX VÉGÉTAUX RÉSISTE, ALORS QUE LES QUANTITÉS ACHETÉES ET LE NOMBRE D'ACHETEURS DIMINUENT	14
1.1 Une baisse du taux de foyers acheteurs et des volumes, liés à des mois d'avril, mai et octobre qui ont attiré moins d'acheteurs	15
1.2 Les producteurs et les marchés sont les plus impactés par la baisse des quantités achetées	26
1.3 Une baisse du nombre de foyers acheteurs liée à l'absence cette année d'une partie des petits acheteurs	35
1.4 Les sommes dépensées pour les occasions personnelles se maintiennent, alors qu'elles baissent pour certaines occasions calendaires	41
 2 LE SEGMENT DES VÉGÉTAUX D'EXTÉRIEUR BAISSÉ EN VOLUME, NOTAMMENT AU PRINTEMPS, MAIS RÉSISTE BIEN EN VALEUR	45
2.1 Les végétaux d'extérieur d'ornement résistent en valeur, mais baissent en volume, avec une saisonnalité de moins en moins importante	58
2.2 Les végétaux à destination du potager restent en tendance baissière depuis plusieurs années, particulièrement en volume	65
 3 LE SEGMENT DES VÉGÉTAUX D'INTÉRIEUR RÉSISTE BIEN, MAIS RESTE EN TENDANCE BAISSIÈRE À CAUSE D'UNE DIMINUTION DU NOMBRE DE FOYERS ACHETEURS	73
3.1 Les achats pour offrir et pour des occasions calendaires sont moins fréquents, alors que les achats pour des occasions personnelles restent stables	78
3.2 Les fleuristes, principal acteur du marché en valeur, voient leur part de marché glanée par les jardineries et la grande distribution	58
 4 LE SEGMENT DU CIMETIÈRE PRÉSENTE UNE TENDANCE BAISSIÈRE LIÉE À UNE DIMINUTION D'ACHETEURS À LA TOUSSAINT. LE SEGMENT DES OBSÈQUES PROGRESSE EN VOLUMES.	85

Méthodologie



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX



Des résultats issus de sondages réalisés auprès d'un échantillon constant de foyers représentatif des résidents en France métropolitaine



Echantillon

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



Mode de recueil

- Un **double mode depuis 2019** pour tenir compte de l'évolution des comportements et pour bien représenter l'ensemble des foyers
- Une partie de l'échantillon est interrogée **online**, l'**autre partie par voie postale**



Dates de terrain

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



Les analyses du panel consommateurs sont conduites sur 3 niveaux, en segmentant les lieux d'achats en deux grandes catégories d'acteurs

Plusieurs 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)

Nous bénéficions en premier lieu d'un **niveau foyer**, et en 2019 le **niveau individu** a été intégré aux analyses, grâce à l'identification des individus ayant effectué des achats au sein de chaque foyer acheteur.

Les lieux d'achats :

PROFESSIONNELS DU VEGETAL

- Fleuristes
- E-fleuristes
- Services de commande à distance de fleurs ou plantes
- Jardineries
- Coopératives agricoles
- Libres-services agricole (LISA)
- Sur l'exploitation (producteurs)
- Grainetiers
- VAD (vente à distance)

GÉNÉRALISTES

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

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



Le terme **acheteur** désigne ici une personne qui a fait au moins un achat de végétaux dans l'année de référence.



Une **quantité achetée** mentionne ici un végétal, une plante, une fleur (si achetée à la pièce), un bouquet, une présentation florale, une botte, un arbre, un arbuste, un sachet/paquet de graines ou semences, un bulbe, un plant... achetée.



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



Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.

Éléments de contexte sur les restrictions de mobilité en 2020-2021

- › **Première période de confinement :**
du 17 mars au 11 mai 2020

Fermeture de nombreux lieux de vente, et dans les lieux de vente encore ouverts des mesures restrictives sur la vente d'achat non essentiels.
- › **Seconde période de confinement :**
du 30 octobre au 15 décembre 2020

Fermeture plus souple des lieux de vente, jardineries ouvertes.
- › **Troisième période de confinement :**
du 3 avril au 3 mai 2021

Fermeture de nombreux lieux de vente, et dans les lieux de vente encore ouverts des mesures restrictives sur la vente de biens non essentiels

Les enseignements clés



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

Contexte & enseignements clés en 2023 (1/2)

L'année **2022** avait été caractérisée par un retour à la normale en termes de fréquentation des commerces après la crise sanitaire, mais des difficultés logistiques et une augmentation des prix de l'énergie avaient engendré une sensible augmentation générale des prix.

En **2023**, malgré plusieurs actions en protection du pouvoir d'achat des Français, la **situation économique est restée tendue**, avec une inflation bien présente et des consommateurs plus prudents en termes de consommation.

Dans ce contexte de réserve des consommateurs, il est important d'établir le **bilan annuel** des achats et des dépenses de végétaux effectués par les Français et d'identifier les nouveaux comportements d'achats et les potentielles opportunités.

Suite à la crise sanitaire qui avait commencé en mars 2020, le marché du végétal a subi **plusieurs fluctuations**. En **2020**, le marché avait globalement souffert, surtout en volumes, alors qu'en **2021**, malgré certaines restrictions encore en place, le marché avait bien performé, avec une reprise des volumes et une très forte progression en valeur, signe d'un réel engouement pour les végétaux. Malgré cet enthousiasme, l'année **2022** a fait face à un revers et a retrouvé des niveaux similaires à la période pré-crise sanitaire, avec une baisse du budget dédié et des quantités achetées.

En **2023**, le marché se retrouve dans une situation similaire : si le **budget** moyen dépensé en végétaux **résiste** et progresse légèrement, les **volumes achetés** par les foyers continuent de **diminuer**. De plus, cette année le marché des végétaux **perd un bon nombre d'acheteurs**. Même s'il s'agit principalement d'acheteurs de petites quantités, cela impacte significativement la performance de la filière.

Comme en 2022, les **quantités achetées** souffrent d'une **baisse** importante. Cette diminution se vérifie principalement dans les mois historiquement très forts (printemps, octobre), avec une **moindre saisonnalité** des achats, qui ont tendance à se répartir de façon plus homogène tout au long de l'année.

L'**augmentation des prix**, déjà présente dans les deux dernières années, s'est à nouveau renforcée, avec un prix moyen payé par article encore en forte hausse, surtout dans les segments de l'extérieur et du cimetière : les Français achètent des végétaux plus chers en moindre quantité.

Cela a permis au marché de **mieux résister en valeur** : la baisse des sommes dépensées reste très limitée et causée surtout par l'absence d'une partie des petits acheteurs et par la baisse des quantités moyennes achetées par les gros acheteurs.

Les Français dépensent de moins en moins pour des **occasions calendaires** et **pour offrir**, alors que cette année les sommes dépensées pour les occasions personnelles se maintiennent, notamment pour **se faire plaisir**.



Contexte & enseignements clés en 2023 (2/2)

Pour la deuxième année consécutive le segment le plus impacté par l'essoufflement du marché est celui des **végétaux d'extérieur**, constituant l'essentiel des volumes. Les baisses sont cette année similaires entre les segments de l'**ornement** et du **potager**, mais après l'essor de 2021 et le fort recul de 2022, celui de l'ornement se porte un peu mieux que celui du potager, qui reste en tendance baissière depuis plusieurs années. Globalement, le marché de l'extérieur **tend à évoluer en types d'achats et en calendrier**. Le budget reste stable, mais se répartit sur une quantité significativement inférieure de végétaux achetés. Ces baisses en nombre d'achats ont eu lieu principalement à l'occasion des pics habituels des mois de printemps et de septembre/octobre pour l'ornement. En **valeur**, le segment de l'extérieur se porte mieux : la baisse, causée par la perte d'un certain nombre d'acheteurs, reste mesurée. Le taux de foyers acheteurs de végétaux pour le jardin reste stable vs 2022, mais de moins en moins de foyers achètent des végétaux pour leur terrasse / balcons, depuis 2 ans.

Le segment des **végétaux d'intérieur** se porte mieux, mais reste en légère tendance baissière, principalement à cause d'une diminution du nombre de foyers acheteurs (notamment pour offrir lors d'occasions calendaires), alors que les quantités par foyer restent stables et le budget augmente de quelques euros.

Le marché du **deuil** est dans une situation très similaire. D'une part moins d'acheteurs de végétaux pour le **cimetière** (principalement à la Toussaint), contrebalancé par un budget qui augmente légèrement, ce qui fait que le segment est quasi stable en valeur. D'autre part, le segment des végétaux pour les **obsèques** continue de progresser en quantités, mais le budget diminue un peu, ce qui rend également ce marché presque stable en valeur.

Les **taux de fréquentation des lieux d'achats** restent assez stables avec la grande distribution en tête, mais des légers reculs sont à signaler chez les fleuristes et les marchés. En volume, tous les lieux d'achat sont en baisse, en particulier les producteurs et les marchés, qui perdent des parts de marché. Les jardineries restent co-leader avec la grande distribution. En valeur, la grande distribution, les libres-services agricoles et les magasins de bricolage/déco progressent, alors qu'avec les producteurs également les fleuristes (leaders du marché) perdent des parts de marché, à cause de la diminution du prix moyen.

Les achats de végétaux **en ligne**, en croissance au moment de la pandémie, restent stable depuis plusieurs années en taux d'acheteurs et en part de marché, qui reste limitée.

Le **profil** des acheteurs est toujours très caractérisé : une grande majorité de la valeur du marché est réalisée par des femmes, des personnes de 55 ans et plus, dans des foyers sans enfants, mais de façon moins importante qu'auparavant.





ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

Les enseignements clés en 2023 : global

Le budget dédié aux végétaux résiste, alors que les quantités achetées et le nombre d'acheteurs diminuent

- En 2023, **70% des foyers ont acheté au moins un végétal**, taux qui recule pour la deuxième année consécutive et qui reste donc inférieur au niveau pré-crise sanitaire (76%). Cette baisse est principalement due à l'abandon d'une partie des petits acheteurs, réalisant des achats plus occasionnels.
Au niveau individu c'est plus de la moitié (53%) des Français de 18 ans et plus qui ont effectué au moins un achat de végétaux dans l'année (-1pt vs 2022).
- Le **budget annuel moyen** des foyers progresse légèrement et s'élève en 2023 à environ 118€ (+3€). En revanche la **quantité moyenne** achetée recule pour la deuxième année et passe d'environ 26 à 23 végétaux. La constante augmentation du **montant moyen** par végétal, qui passe cette année de 4,40€ à 5,20€, fait que les foyers français achètent des végétaux plus chers en moindre quantité. Ce prix moyen augmente surtout en jardinerie, et dans les magasins de bricolage/déco, alors qu'il baisse chez les fleuristes, où le montant est historiquement déjà très élevé.
- Malgré la diminution significative du nombre de foyers acheteurs, la petite hausse du budget dédié fait que la baisse en **valeur** de l'ensemble du marché soit relativement limitée (-4%), et très similaire entre segments de marché.
- Cependant, la nouvelle baisse significative des **quantités achetées** (-18%) - atteignant le plus faible niveau jamais enregistré - confirme **le changement d'habitudes d'achat**. Cette nouvelle décroissance est largement portée par les **végétaux d'extérieur**, qui constituent l'essentiel des volumes. Les autres segments se portent mieux (intérieur, cimetière, obsèques).
- L'affaiblissement du marché a principalement eu lieu au printemps (notamment sur le mois de mai), ainsi que sur le mois d'octobre, mois traditionnellement forts pour le segment de l'extérieur.
- En volume, tous les **lieux d'achat** sont en baisse par rapport à 2022, en particulier les producteurs et les marchés, qui perdent des parts de marché. En valeur, la grande distribution, les libres-services agricoles et les magasins de bricolage/déco progressent, alors qu'avec les producteurs également les fleuristes perdent des parts de marché, à cause de la diminution du prix moyen.
- Les achats sur **Internet**, restent très stables : ce mode d'achat vaut 4% des quantités achetées et 6% des sommes dépensées, la part des foyers acheteurs sur internet est de 10%.



Les enseignements clés en 2023 : extérieur



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR

2 Le segment des végétaux d'extérieur baisse en volume, notamment au printemps, mais résiste bien en valeur

- En 2023, les **végétaux d'extérieur** (d'ornement et pour le potager) ont été achetés par **51% des foyers**, presque stable (-1pt vs 2022), après la sensible baisse de 2022. Cela représente au niveau individu 35% des Français, stable. Comme en 2022 il s'agit du segment de végétaux qui **souffre le plus**, particulièrement en volume, avec une baisse de -22% en quantités achetées, niveau le plus bas depuis 2019. En valeur, le segment se porte mieux avec une baisse plus mesurée de -5% en sommes dépensées.
- Plus en détail, **40%** des ménages ont acheté des **végétaux d'ornement** (-2pts) et **31%** des végétaux à destination du **potager** (-2pts), des taux qui baissent de façon similaire pour la deuxième année de suite.
- Depuis quelques années le marché de l'extérieur tend à **évoluer en types d'achats et en calendrier**. Le budget moyen consacré aux végétaux d'extérieur reste constant à 63€, avec une répartition stable entre ornement (+1€) et potager (-1€). Cependant le budget est reparti sur une quantité significativement inférieure de végétaux achetés (-5 en 2023), en baisse pour la deuxième année consécutive, de façon similaire dans les deux marchés de l'ornement et du potager. Ces baisses en quantités ont eu lieu principalement à occasion des moments forts des mois de printemps et de septembre/octobre pour l'ornement, avec des achats plus repartis tout au long de l'année. Aussi, si le taux de foyers acheteurs de végétaux pour le **jardin** reste stable vs 2022, de moins en moins de foyers achètent des végétaux pour leur **terrasse / balcons**, depuis 2 ans.
- L'essoufflement du marché des végétaux d'extérieur est donc similaire entre les deux segments, mais après l'essor de 2021 et le fort recul de 2022, celui de l'ornement se porte cette année un peu mieux que celui du potager, qui reste en tendance baissière depuis plusieurs années.
- Les parts de marché des lieux d'achat évoluent légèrement. Les **jardineries** restent toujours leader mais se font légèrement rattraper par la **grande distribution** et les **libres-services agricoles** qui résistent mieux. Les **producteurs** en revanche reculent de façon importante pour la deuxième année.



Les enseignements clés en 2023 : intérieur



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR



3 Le segment des végétaux d'intérieur résiste bien, mais reste en tendance baissière à cause d'une diminution du nombre de foyers acheteurs

- Après la baisse de 2022, le marché des végétaux d'intérieur reste en 2023 **plutôt stable**, avec une toute légère décroissance de -3% en volumes achetées et en sommes dépensées.
- La petite baisse est principalement due à une diminution du nombre de foyers acheteurs : en 2023 **49% des foyers ont acheté un végétal d'intérieur**, un taux historiquement plus bas que d'habitude (-3pts vs 2022). Cependant le marché résiste bien car auprès des foyers acheteurs les quantités moyennes achetées demeurent stables (5,3 par an) et le budget dédié augmente même de quelques euros (63€ par an). Au niveau individu, c'est 35% des Français qui ont acheté des végétaux d'intérieur, assez stable (-1pt).
- Les achats de végétaux d'intérieur sont de plus en plus **homogènes tout au long de l'année** : les pics occasionnels du mois de mai et de décembre (fête des mères et fêtes de fin d'année) sont moins importants, avec moins d'acheteurs et des achats qui se reportent sur les mois suivants.
- En effet la part d'achats réalisés pour **soi-même**, pour des **occasions personnelles**, notamment pour se faire plaisir, sont de plus en plus importants. Les foyers français ont un peu moins acheté de végétaux d'intérieur pour offrir et pour des occasions calendaires.
- En lieux d'achats, les achats de végétaux d'intérieur en **jardinerie** ont progressé aussi bien en pénétration de foyers acheteurs qu'en volume et valeur. D'autre part les **fleuristes**, premier acteur du marché en valeur, perdent des acheteurs et des parts de marché, au profit de la grande distribution et des jardineries. La **grande distribution** reste donc en tête en volume et en pénétration. Les **marchés**, quatrième acteur, restent en tendance baissière depuis deux ans.
- Le taux de foyers acheteurs et les parts de marché des achats réalisé via **internet** restent stables dans les dernières années.

Les enseignements clés en 2023 : cimetière & obsèques

4 Le segment du cimetière présente une tendance baissière liée à une diminution d'acheteurs à la Toussaint. Le segment des obsèques progresse en volume.

- **26% des foyers** ont acheté un **végétal pour le cimetière**, une baisse de -3pts vs 2022 qui impacte négativement la dynamique du marché.
- Malgré des quantités moyennes achetées par foyer un peu plus importantes (6,1 vs 5,4), le marché baisse de -7% en volume. Toutefois grâce à un budget moyen par foyer acheteur plus élevé cette année (46,50€), les sommes dépensées pour des végétaux pour le cimetière restent plus stables (-3% en valeur).
- L'évolution du segment peut être en partie liée à la **Toussaint**, qui représente environ un tiers de ce marché et qui présente une tendance à la baisse depuis deux ans, surtout en nombre de foyers acheteurs.
- Les parts de marché des **fleuristes** en valeur sont challengées par la **grande distribution** (toujours en tête en volumes), qui glane des parts dépassant les jardineries et se rapprochant du niveau des fleuristes.
- **10% des foyers** ont réalisé un achat de **végétaux pour les obsèques**, stable vs 2022.
- Ce segment de marché est en hausse en volume pour la deuxième année de suite (+9%), grâce à l'augmentation des quantités moyennes (3,2).
- En revanche le budget moyen par foyer acheteur a légèrement diminué (84€), ce qui fait que le segment est plus stable en valeur (-3%).
- Les **fleuristes**, de loin le premier acteur de ce marché en volume et en valeur, voient tout de même leur part de marché diminuer au profit de la **vente à distance**, mais également des **jardineries** pour les quantités.



**Le budget dédié
aux végétaux résiste,
alors que les quantités
achetées et le nombre
d'acheteurs diminuent**



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

1



1.1

Une baisse du taux de foyers acheteurs et des volumes, liés à des mois d'avril, mai et octobre qui ont attiré moins d'acheteurs.



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

En 2023, plus de 20 millions de foyers ont acheté des végétaux en France, soit 70% des foyers Français. C'est 3 points de moins qu'en 2022.



ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ORNEMENT ET POTAGER)



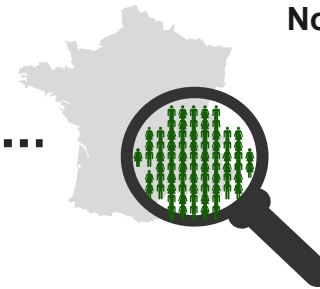
Niveau foyer

Taux de pénétration
% des foyers acheteurs
de végétaux en France



.....

2022 : 73%
2021 : 75%
2020 : 75%
2019 : 76%



Nombre de foyers acheteurs
en millions

20,3 M

2022 : 21,0 M
2021 : 21,3 M
2020 : 21,1 M
2019 : 21,5 M

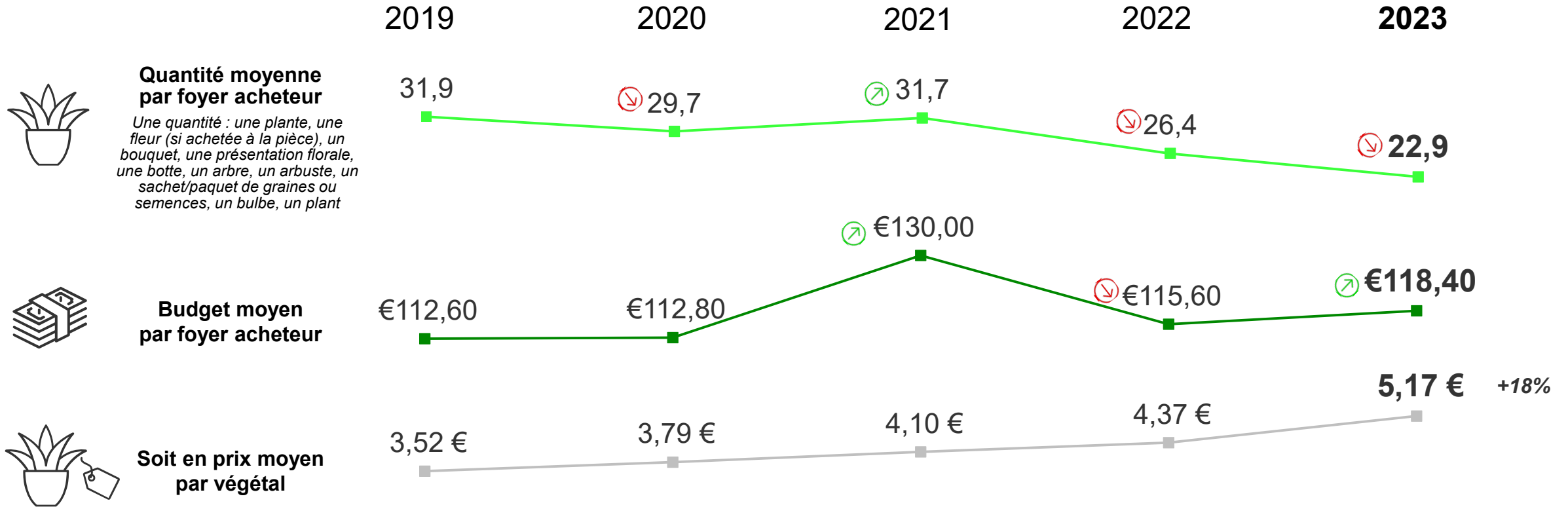
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers en France

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



La quantité moyenne par foyer acheteur baisse encore (3 végétaux de moins vs 2022). Cependant, le budget moyen alloué aux végétaux résiste bien (+3€), principalement à cause d'un montant moyen dépensé par végétal en constante augmentation (+1€ en 2 ans).

Quantité moyenne achetée et budget moyen dépensé par foyer



Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (4927). Ensemble des végétaux

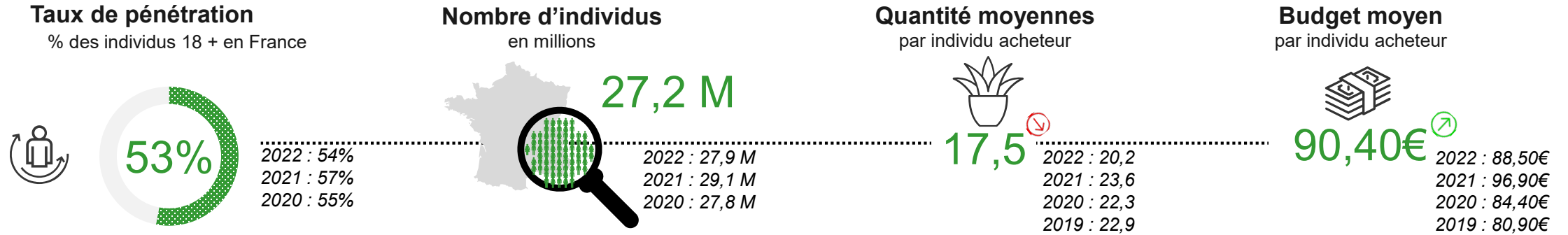
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



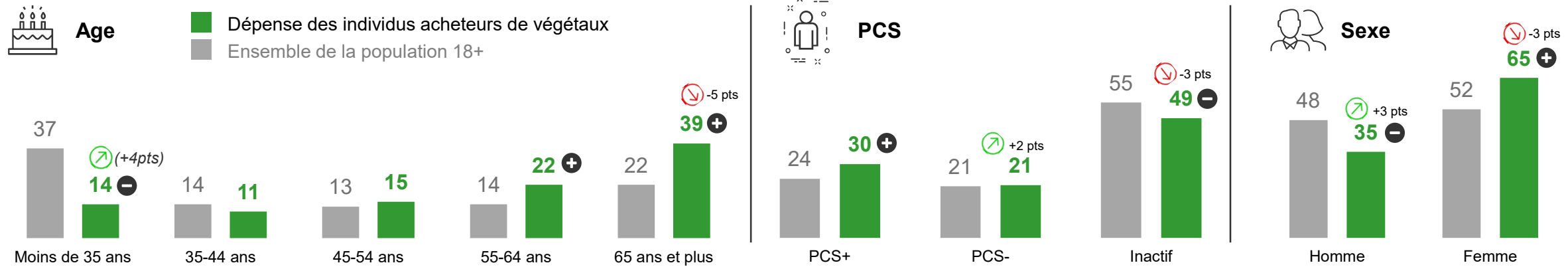
ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX

Au niveau individu, plus d'un adulte sur 2 achète des végétaux en France, stable vs 2022. Comme pour les foyers, la quantité moyenne par individu acheteur baisse, mais le budget moyen augmente. En termes de dépenses, les 55 ans et +, les PCS+ et les femmes sont surreprésentés.

Taux de pénétration individu



Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux 18+ (6422) En 2023, 28 851 392 foyers et 51 504 612 individus de 18 ans et plus en France

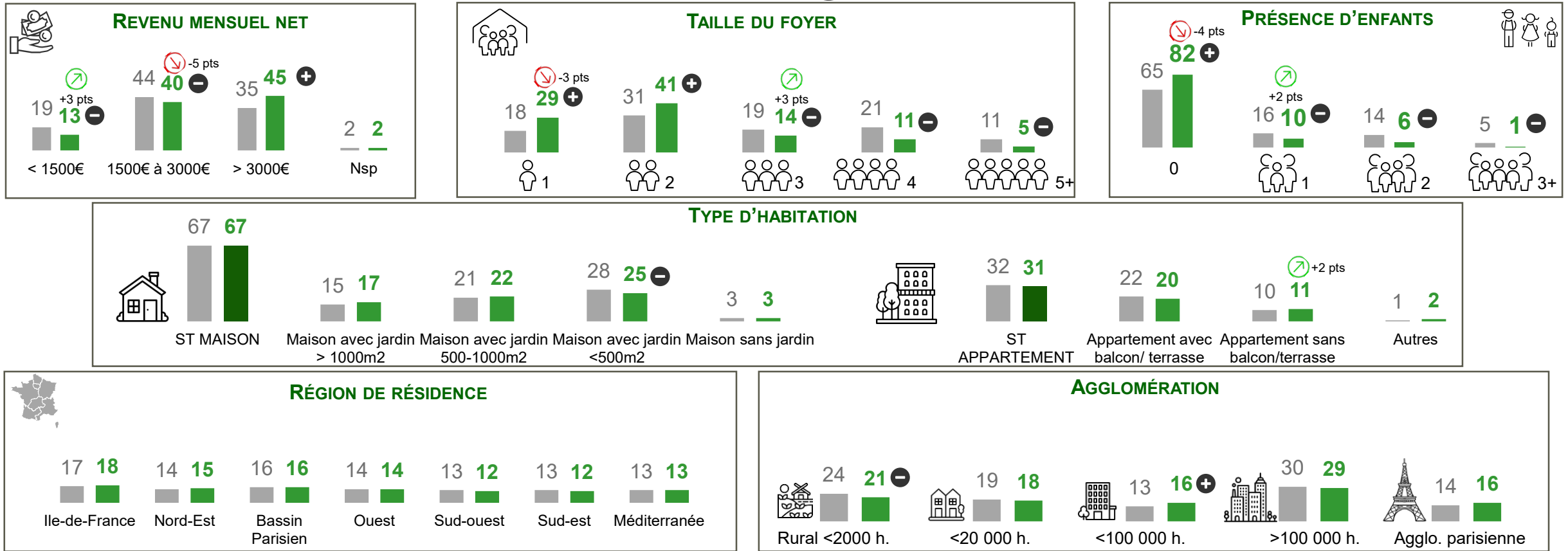
Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente
Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population



Plus en détail, les individus qui dépensent les plus en végétaux ont un revenu plus élevé que l'ensemble de la population et ils font majoritairement partie de foyers de 1 ou 2 personnes, sans enfants.

Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)

■ Dépense des individus acheteurs de végétaux
■ Ensemble de la population 18+



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux 18+ (6422) En 2023, 28 851 392 foyers et 51 504 612 individus de 18 ans et plus en France

⬆️ ⬇️ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente
⬆️ ⬇️ Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population



Malgré des sommes dépensées qui résistent, les volumes achetés sur l'ensemble des végétaux sont encore en baisse en 2023.

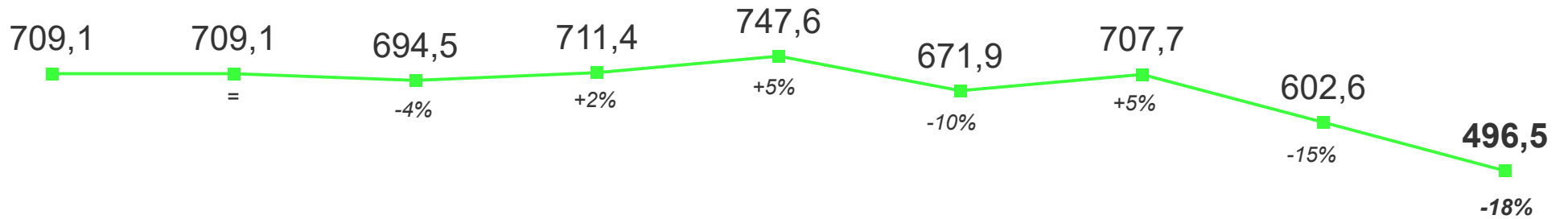
Volume et valeur du marché des végétaux (en millions)



Volume

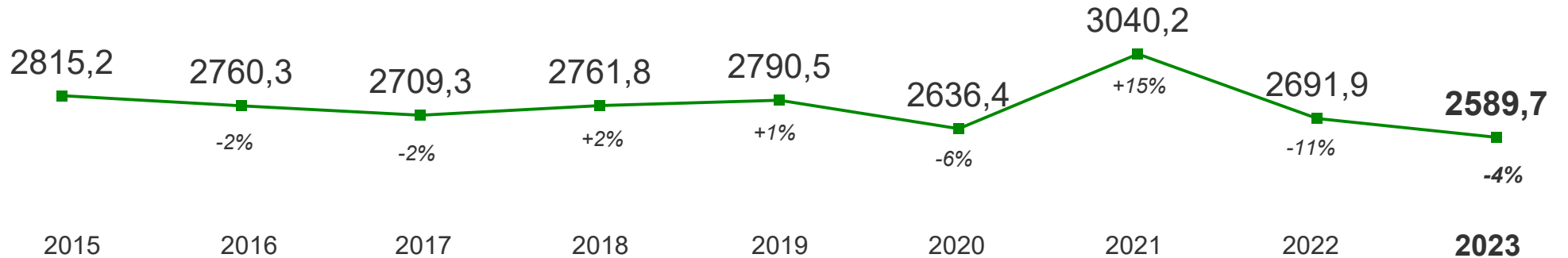
Quantités achetées

Une quantité : une plante, une fleur (si achetée à la pièce), un bouquet, une présentation florale, une botte, un arbre, un arbuste, un sachet/paquet de graines ou semences, un bulbe, un plant



Valeur

Sommes dépensées



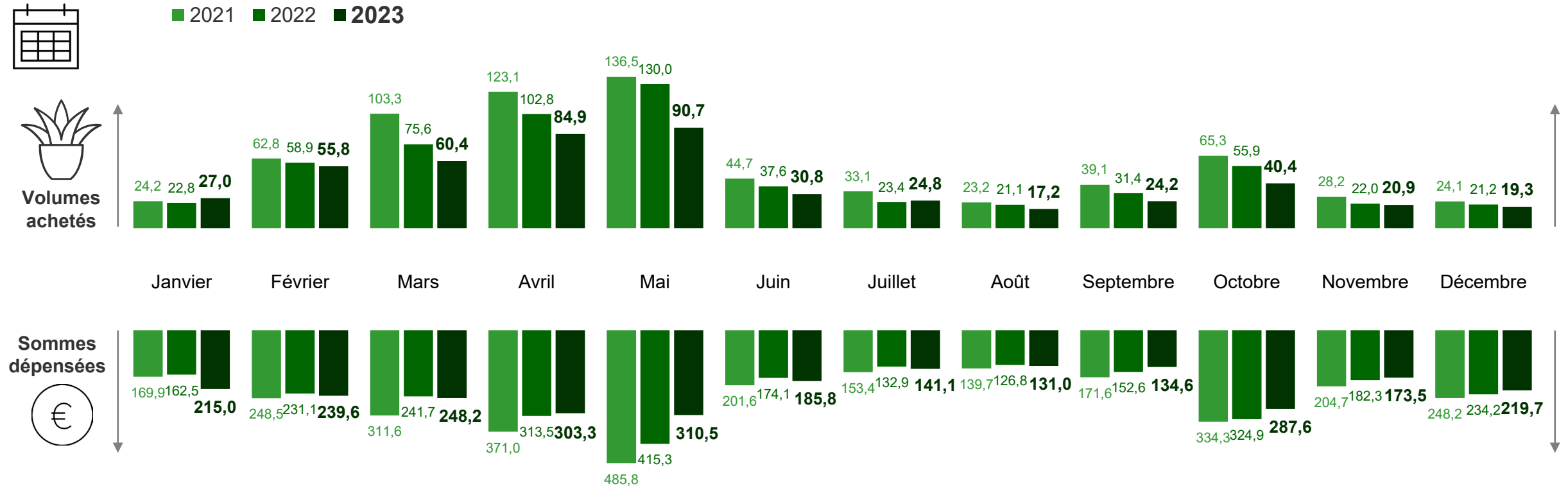
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux

-x% / +x% = évolution vs l'année précédente



L'affaiblissement du marché des végétaux a principalement eu lieu au printemps (notamment sur le mois de mai), ainsi que sur le mois d'octobre, avec des pics d'achats moins importants. Les achats sur le reste de l'année sont restés stables, voire légèrement à la hausse en valeur.

Quantités achetées et sommes dépensées par mois (en millions)

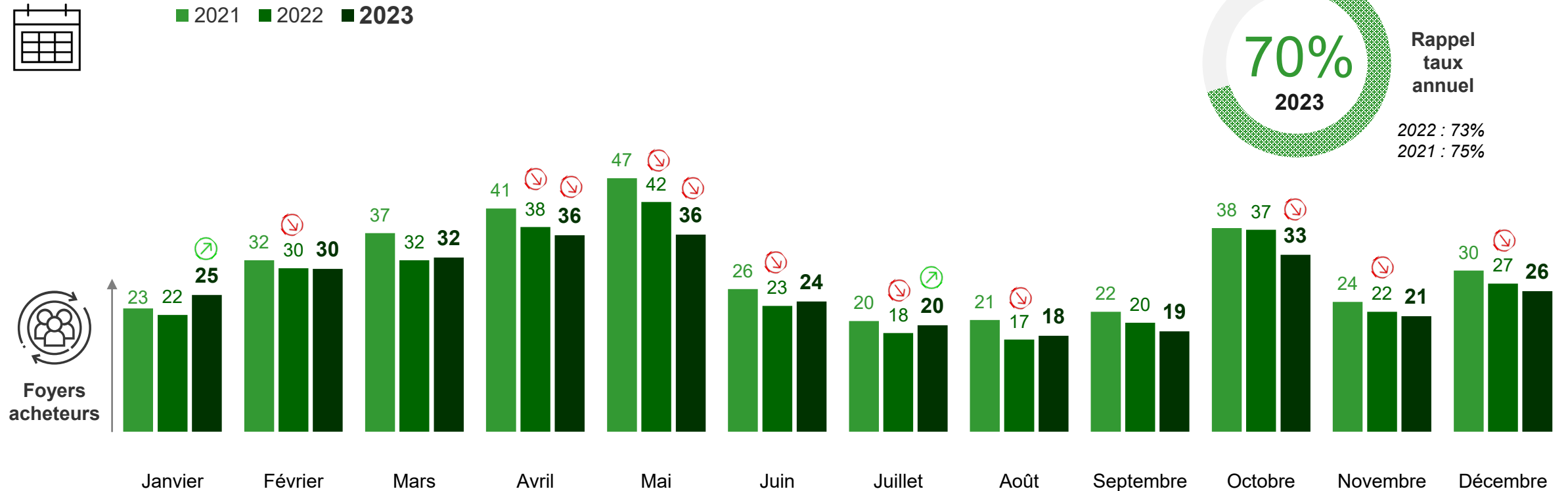


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence. Base : ensemble des végétaux



En effet, les végétaux ont attiré moins d'acheteurs en avril et plus particulièrement en mai et octobre, alors que le taux de foyers acheteurs est resté assez stable le reste de l'année.

Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois



Base : ensemble des végétaux

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



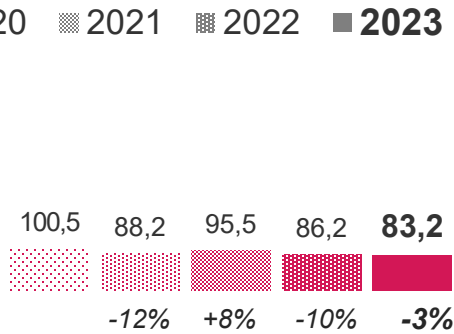
La décroissance globale en quantités achetées est principalement due à une nouvelle baisse importante dans le segment des végétaux d'extérieur. Les autres types de végétaux restent plus stables en volume et en valeur.

Volume et valeur des différents marchés (en millions)

2019 2020 2021 2022 2023

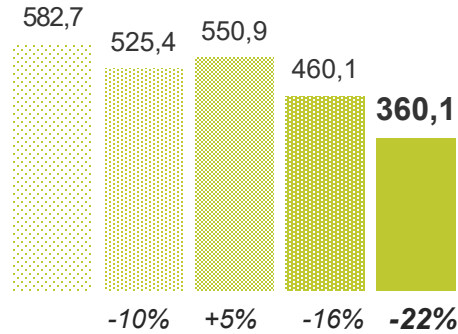
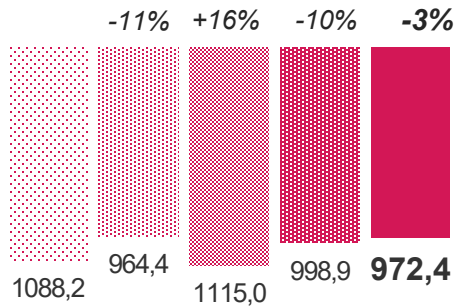


Volume
Quantités achetées

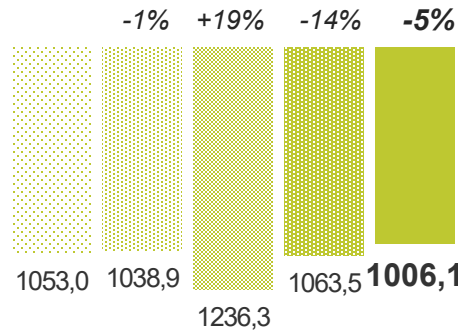


Végétaux d'intérieur
(maison, appartement, véranda, hors achat pour le cimetière et les obsèques)

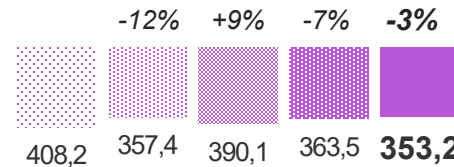
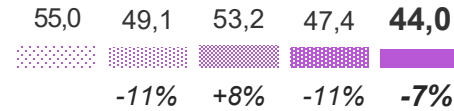
Valeur
Sommes dépensées



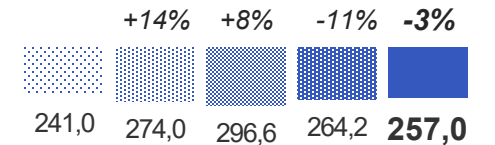
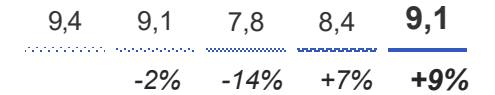
Végétaux d'extérieur
ornement et potager (jardin, rebord de fenêtre, balcon ou terrasse, potager, hors achat pour le cimetière et les obsèques)



Cimetière



Obsèques



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.

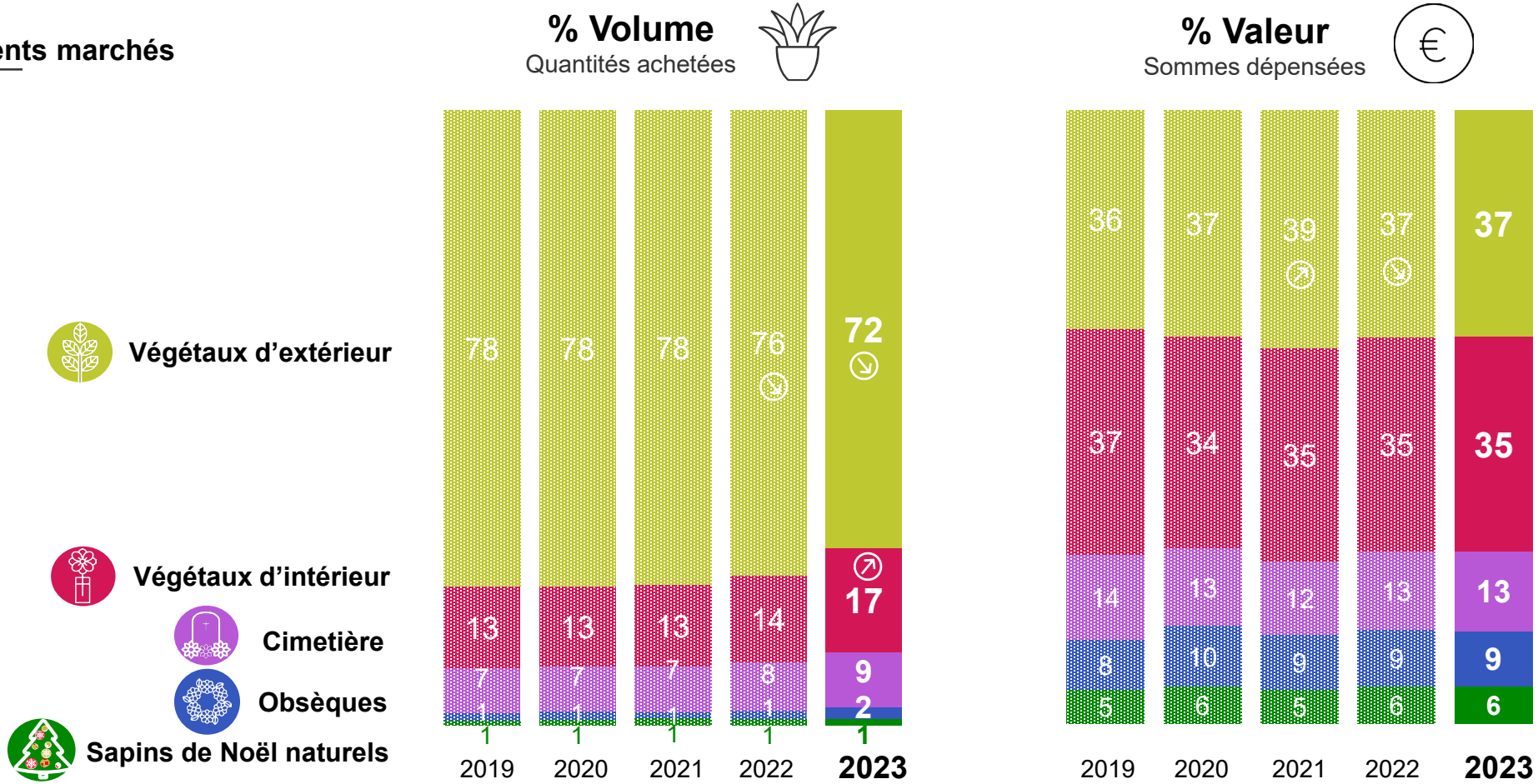
-x% / +x% = évolution vs l'année précédente



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX
+ SAPINS DE
NOËL

Cette évolution du segment de l'extérieur impacte de façon durable la répartition des différents marchés, où les végétaux d'intérieur gagnent +3pts en volume. Le poids des marchés en valeur reste stable.

Poids des différents marchés



Base : ensemble des végétaux + sapins de Noël naturels

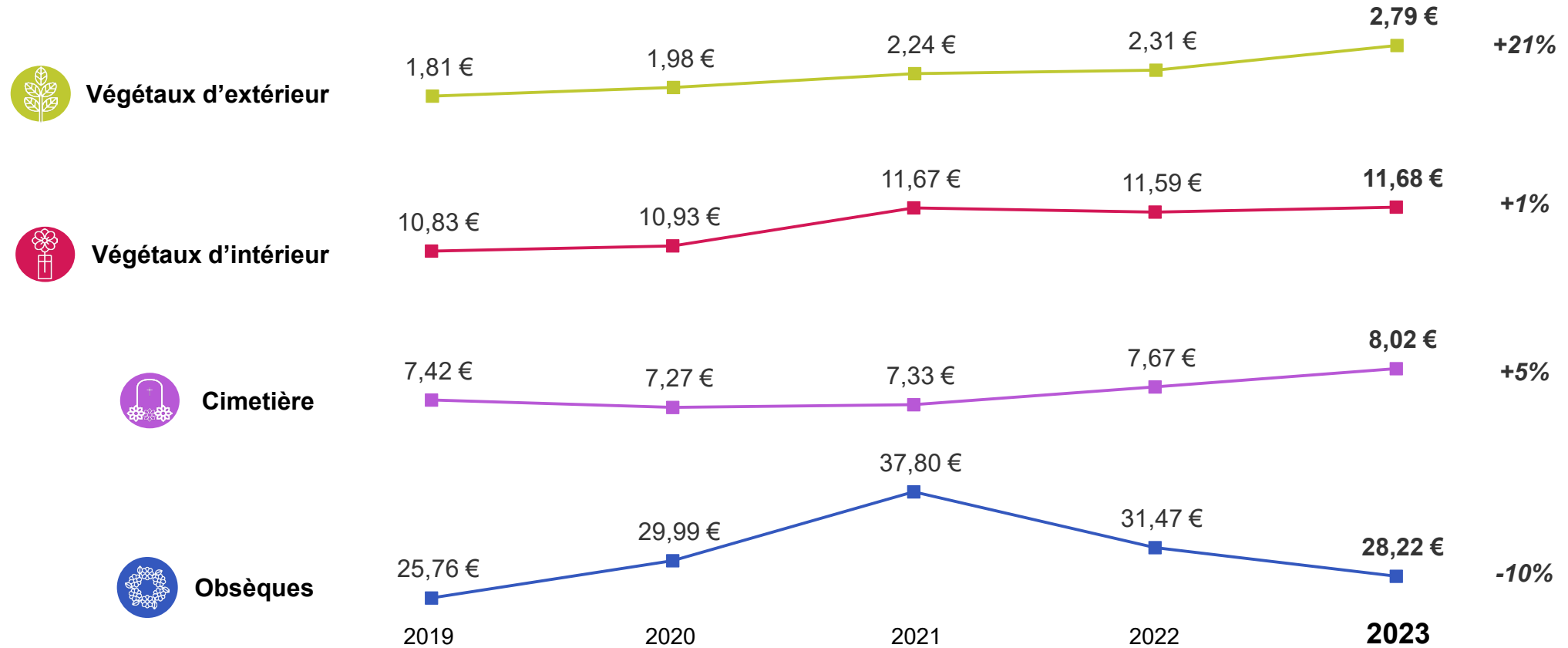
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

Le montant dépensé en moyenne pour un végétal augmente de façon importante principalement dans le segment de l'extérieur, alors qu'il est très stable pour les végétaux d'intérieur. Sur le petit segment des obsèques, le prix moyen revient à un niveau similaire à la période pré-crise sanitaire.

Prix moyen par végétal dans les différents marchés



Base : ensemble des végétaux

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

1.2

Les producteurs et les marchés sont les plus impactés par la baisse des quantités achetées



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

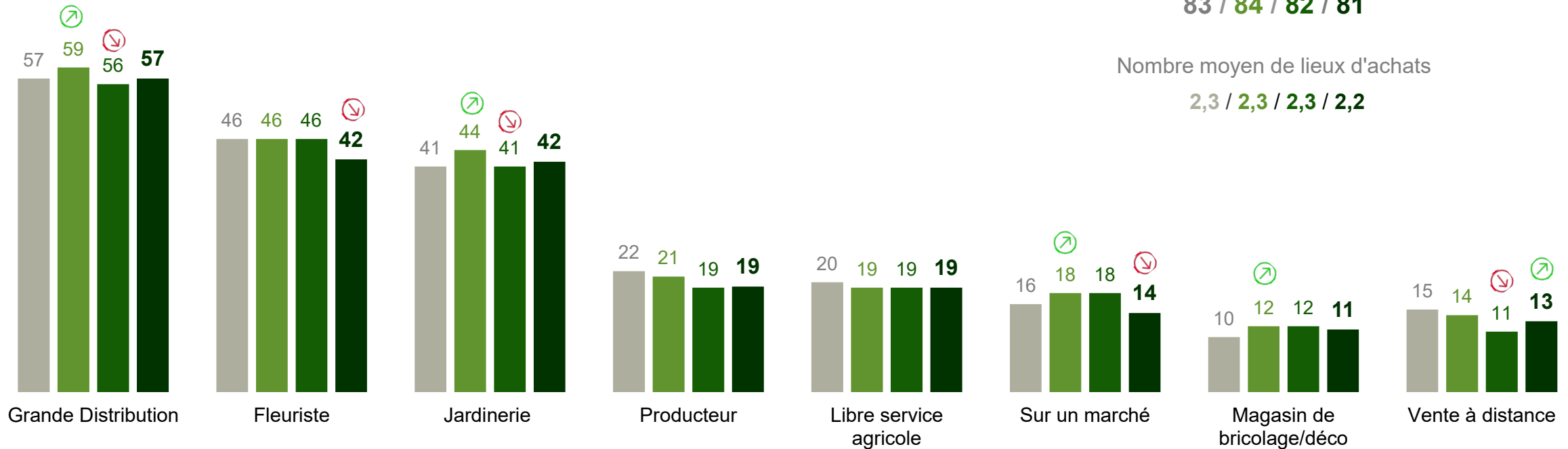


Les foyers français fréquentent en moyenne 2 types de lieux d'achat pour les végétaux. La grande distribution reste le lieu avec le plus grand nombre de clients. En revanche, cette année moins de foyers ont fréquenté les fleuristes (historiquement stables) et les marchés.

Pénétration des lieux d'achats (en % de foyers)



■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ **2023**



Professionnels des végétaux

83 / 84 / 82 / 81

Nombre moyen de lieux d'achats

2,3 / 2,3 / 2,3 / 2,2

Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux (4927)

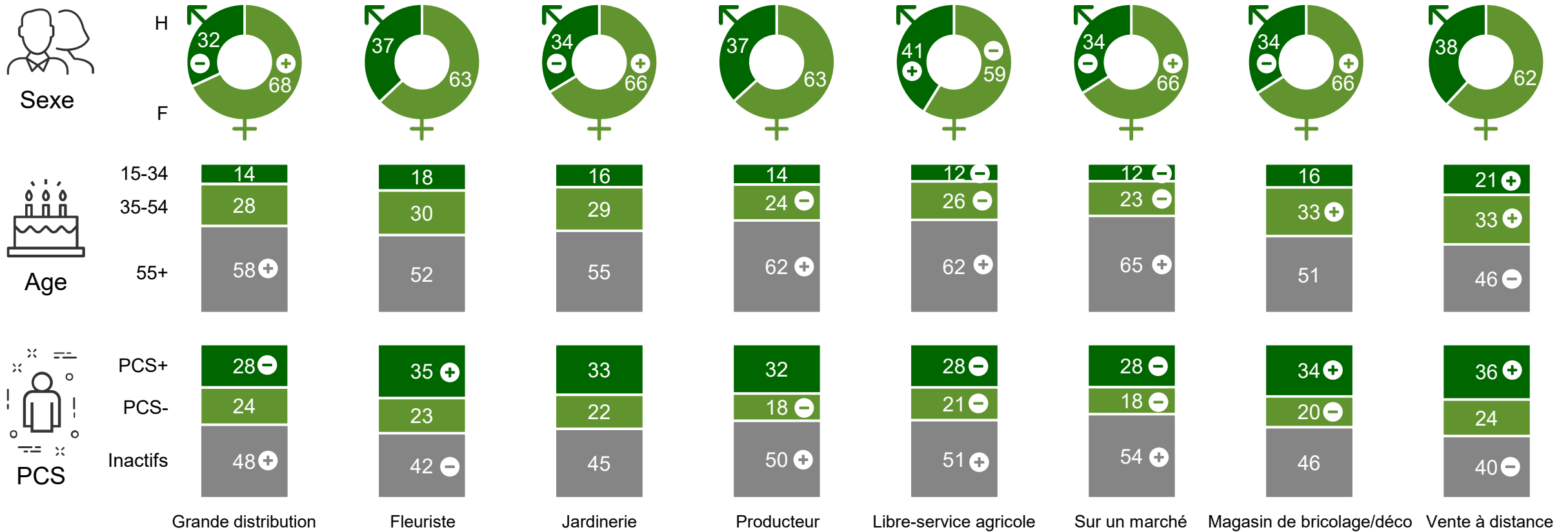
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX

Les marchés, les producteurs et le LISA sont plus fréquentés par les 55 ans et + et les inactifs. Dans les magasins de bricolage/déco, les fleuristes et la vente à distance les PCS+ sont surreprésentés. La fréquentation des femmes est moins marquée dans les LISA.

Profil des individus acheteurs de végétaux par lieu d'achat (en % d'individus)



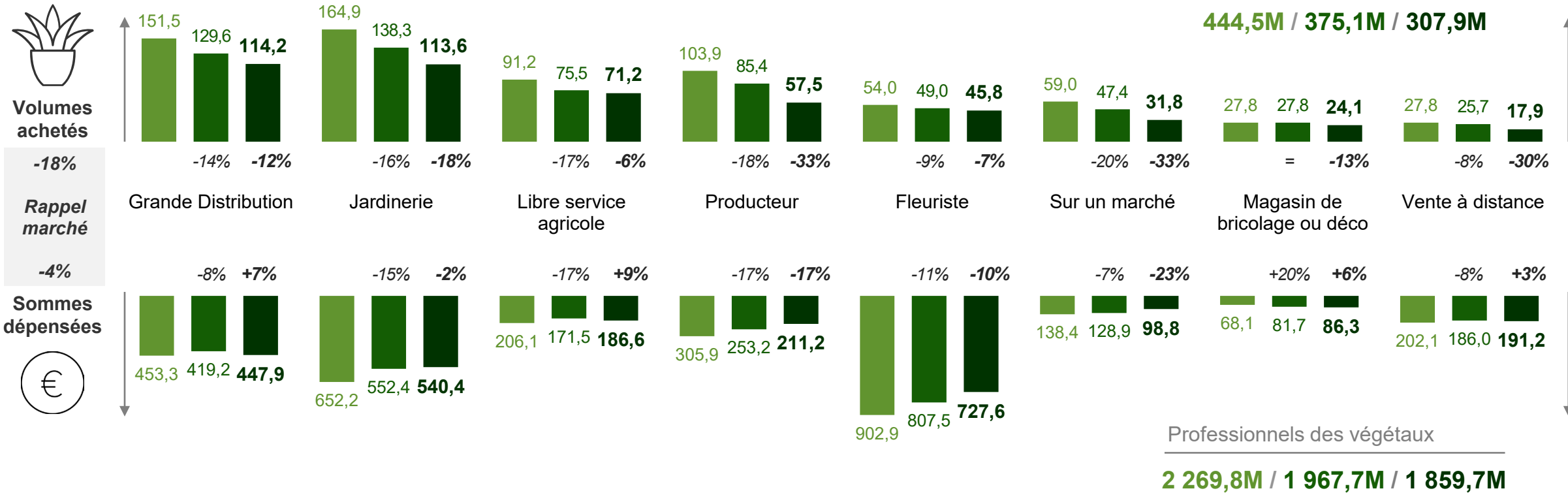
Base: Individus acheteurs de végétaux dans chacun des lieux d'achats

+ - Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble des acheteurs

La grande distribution rejoint les jardineries en tant que 1^{er} lieu d'achat en volume, et progresse en valeur. Les LISA réalisent également une bonne année. Les fleuristes baissent en valeur, tout en restant leader. Les producteurs souffrent d'une deuxième année difficile.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (en millions)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des achats de végétaux

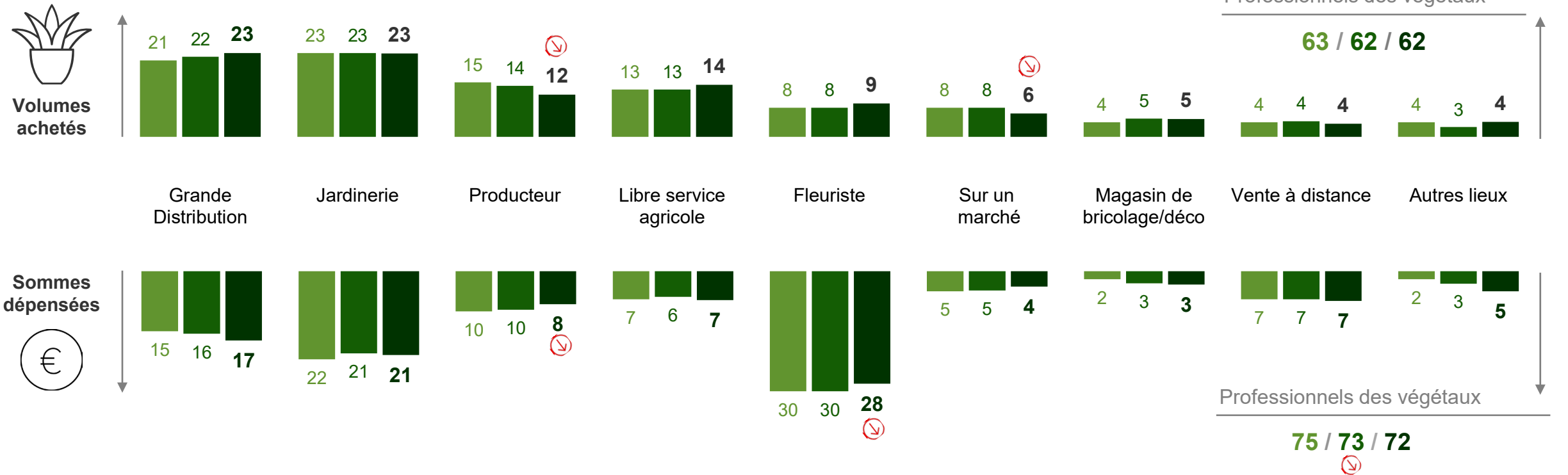
-x% / +x% = évolution vs l'année précédente



Les parts de marché des lieux d'achat de végétaux voient une perte en puissance des producteurs, des marchés, et des fleuristes en valeur. Une tendance qui profite en partie à la grande distribution.

Part de marché des lieux d'achats (en % volume et en % valeur)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Base : ensemble des achats de végétaux

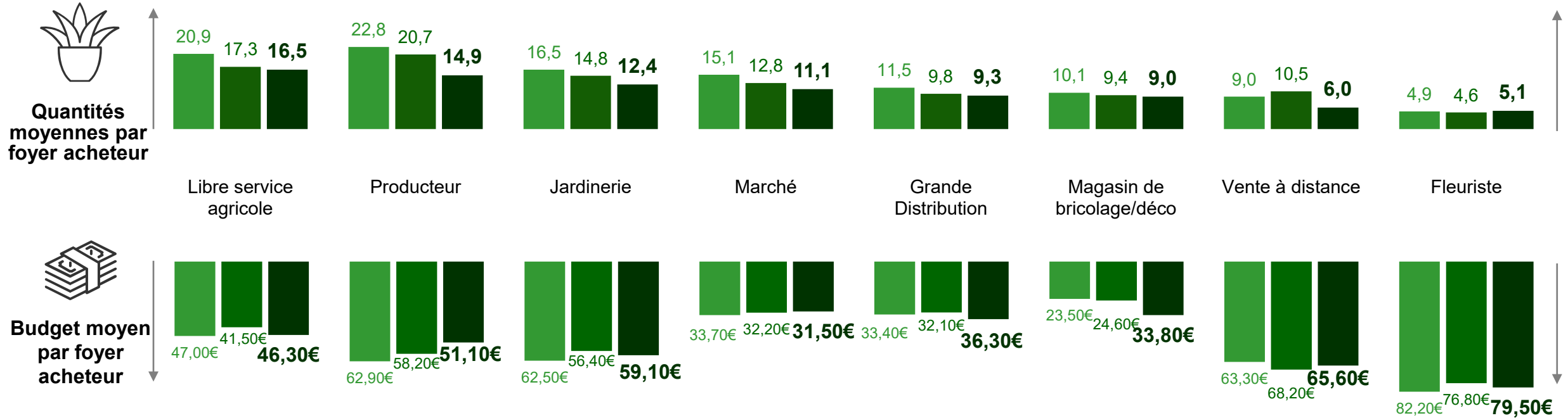
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



Le LISA devient le 1^{er} circuit en quantités moyennes par foyer acheteur, passant devant les producteurs. Les budgets moyens les plus élevés sont dépensés chez les fleuristes et la vente à distance et cette somme augmente de façon importante dans les magasins de bricolage/déco.

Quantités moyennes et budget moyen par foyer acheteur dans le lieu d'achat

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



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



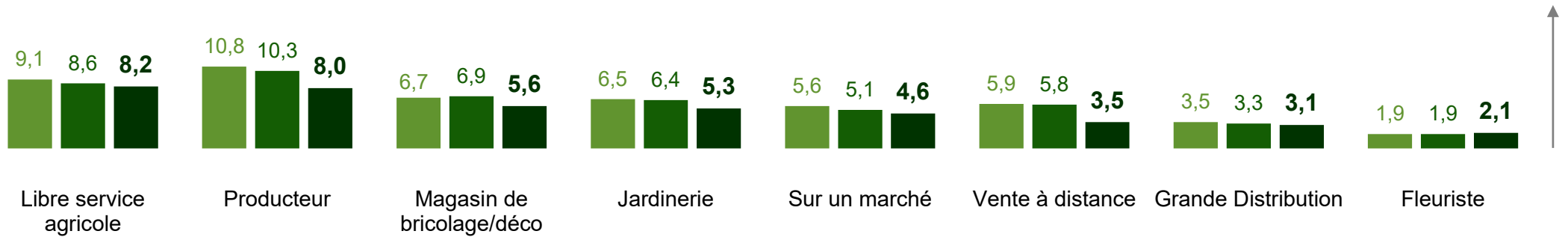
De façon similaire, le LISA devient le lieu d'achat avec le plus gros panier moyen par achat en quantité, au niveau des producteurs. En sommes dépensées, la vente à distance (en baisse) et les fleuristes profitent des paniers moyens par achat les plus élevés.

Panier moyen par achat dans le lieu d'achat

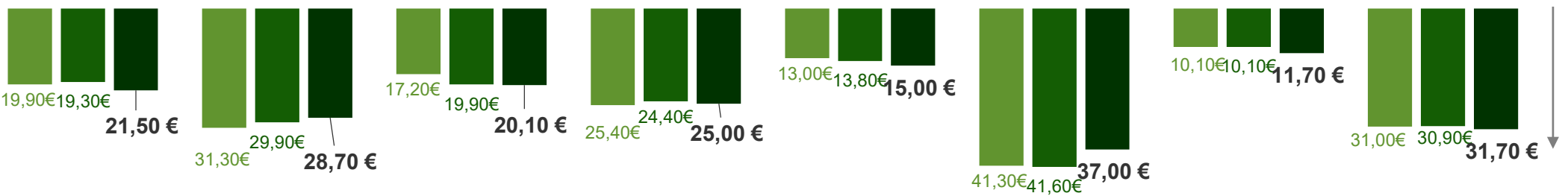
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Panier moyen par achat
En volume



Panier moyen par achat
En valeur



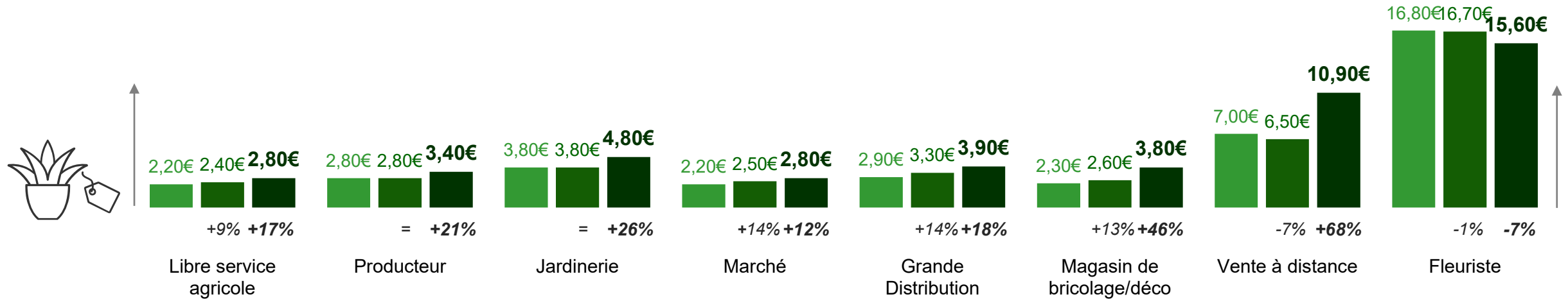
Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) dans chaque canal



Le prix moyen dépensé pour un végétal augmente de façon importante dans tous les lieux d'achat, particulièrement dans les magasins de bricolage/déco et la vente à distance, avec l'exception des fleuristes, où le montant baisse.

Prix moyen par végétal

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



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

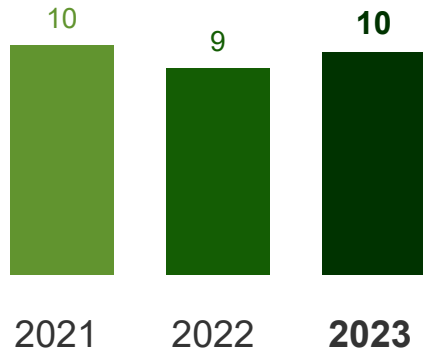


Le taux de foyers acheteurs sur internet et la part de marché des achats réalisés sur internet restent plutôt stables sur les 3 dernières années.

Pénétration et part de marché des achats sur internet

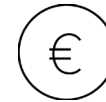
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

% des foyers acheteurs de végétaux sur **internet**



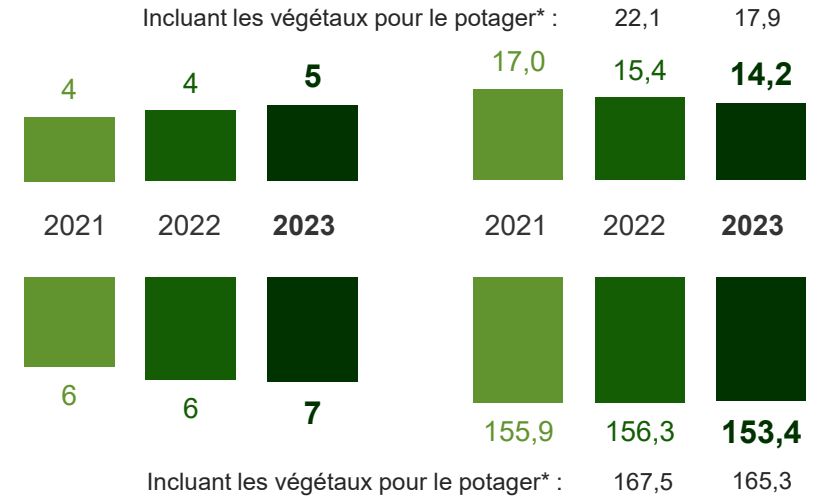
Volumes achetés

Sommes dépensées



% part de marché des achats sur internet

évolution des achats (en millions)



Soit en prix moyen par végétal d'ornement :

Année	2021	2022	2023
Prix moyen par végétal d'ornement	9,20€	10,20€	10,80€

* donnée non disponible en 2021

Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (4927)
Sur l'ensemble des végétaux, les achats sur internet en 2023 représentent 4% des volumes et 6% des valeurs

Base : Ensemble des achats de végétaux d'ornement
Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

1.3

Une baisse du nombre
de foyers acheteurs
liée à l'absence cette
année d'une partie des
petits acheteurs



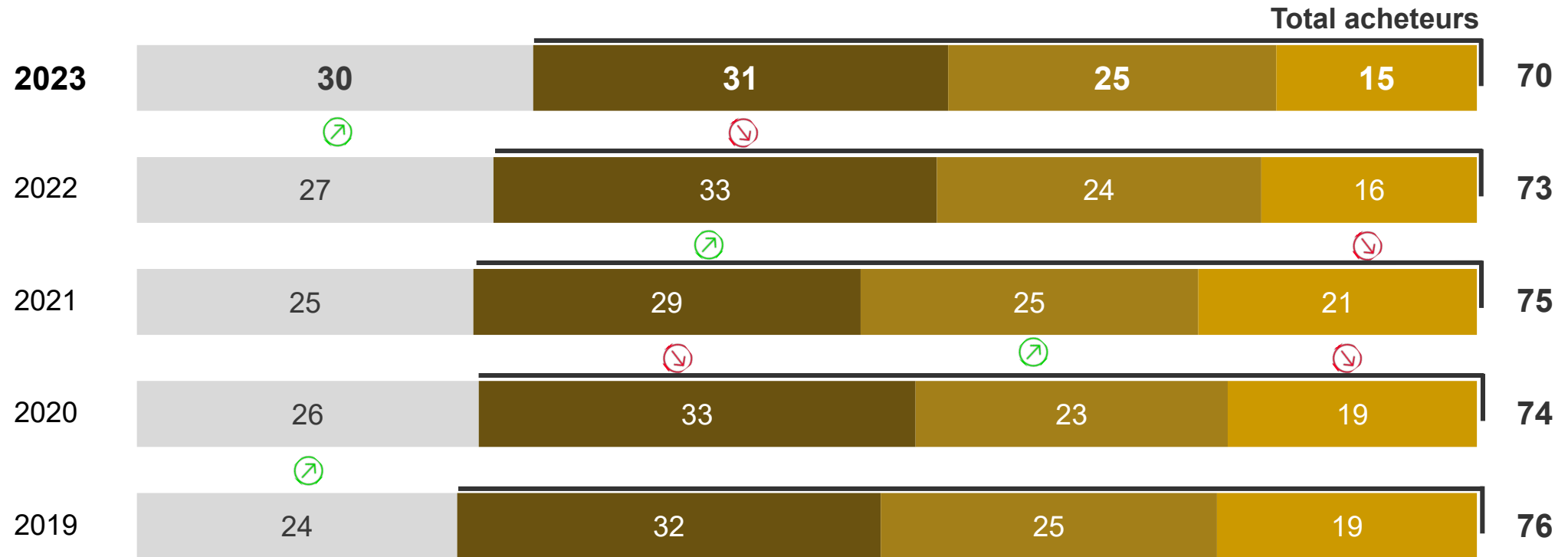
ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX



La récente baisse du taux d'acheteurs de végétaux est principalement due à l'absence sur le marché d'une partie des petits acheteurs, réalisant des achats plus occasionnels. La part de gros acheteurs tend à la baisse.

Répartition des acheteurs et non acheteurs

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

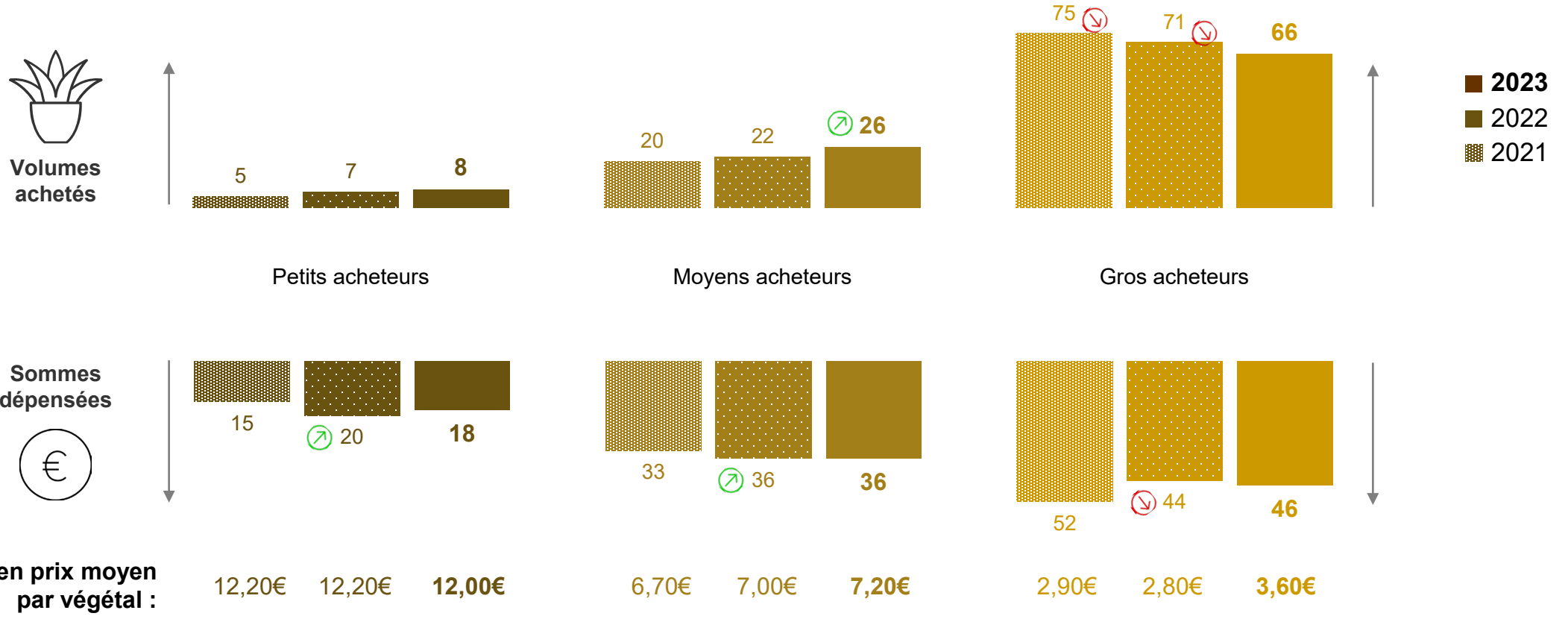


Base : ensemble des foyers



La baisse des volumes est tirée par la diminution des quantités achetées par les plus gros acheteurs. En valeur, la répartition reste stable, avec des gros acheteurs qui ont dépensé un montant par végétal sensiblement plus élevé qu'en 2022.

Répartition des volumes achetés et des sommes dépensées



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2167), moyens (1712), gros (1048)

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



Plusieurs lieux d'achat perdent des gros acheteurs. Les jardinerie et les LISA arrivent à compenser avec des moyens acheteurs, alors que les fleuristes perdent également des petits et moyens acheteurs.

Pénétration des lieux d'achats (en % foyers acheteurs)



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

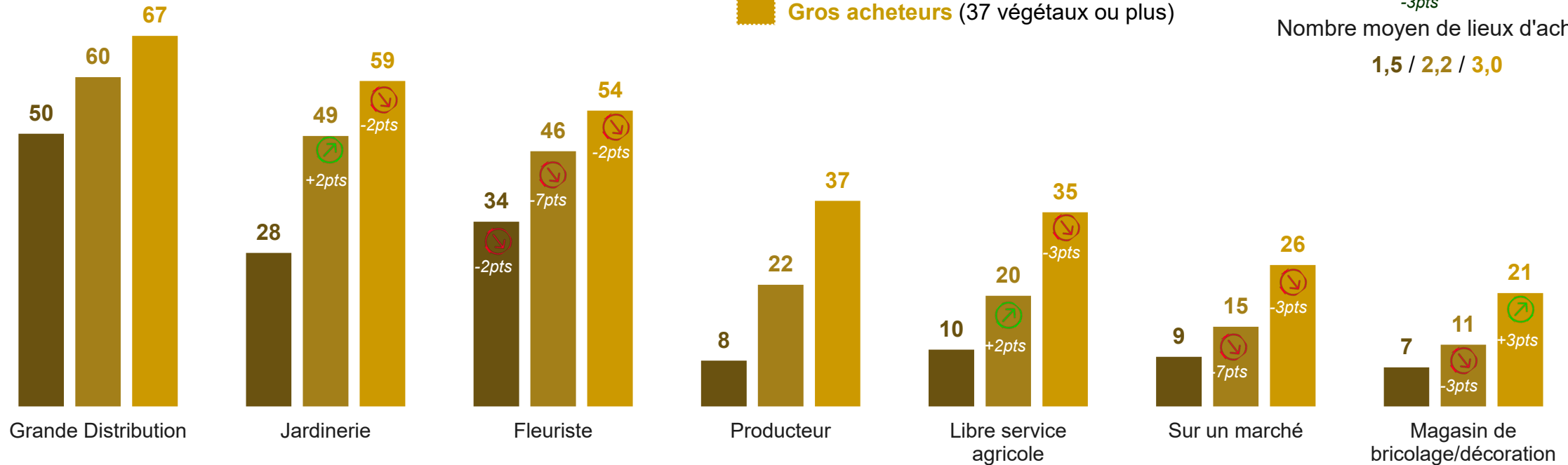
Professionnels des végétaux

68 / 87 / 96

-3pts

Nombre moyen de lieux d'achats

1,5 / 2,2 / 3,0



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2167), moyens (1712), gros (1048)

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

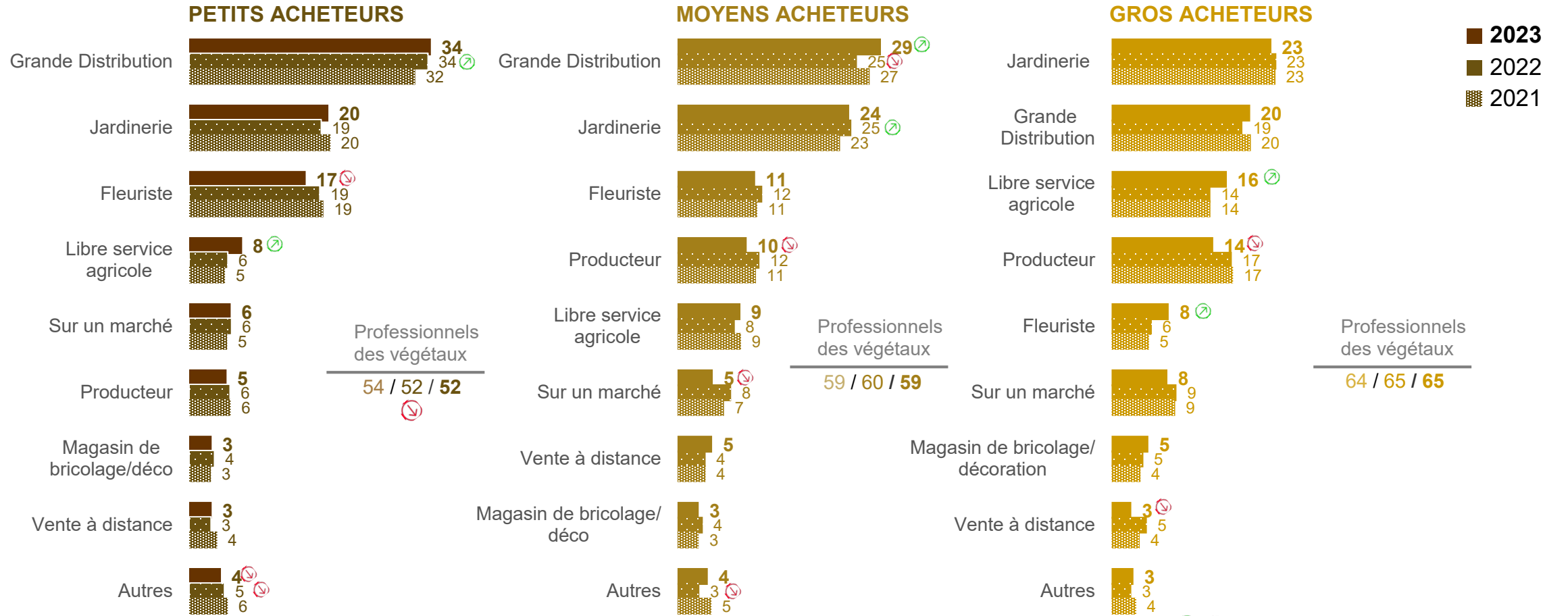


ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

En volume, la grande distribution est le 1^{er} lieu d'achat chez les petits acheteurs (stable) et les moyens acheteurs (en hausse), alors que les jardinerie restent en tête chez les gros acheteurs. Les producteurs perdent des parts de marché chez les moyens et gros acheteurs.



Volumes
achetés



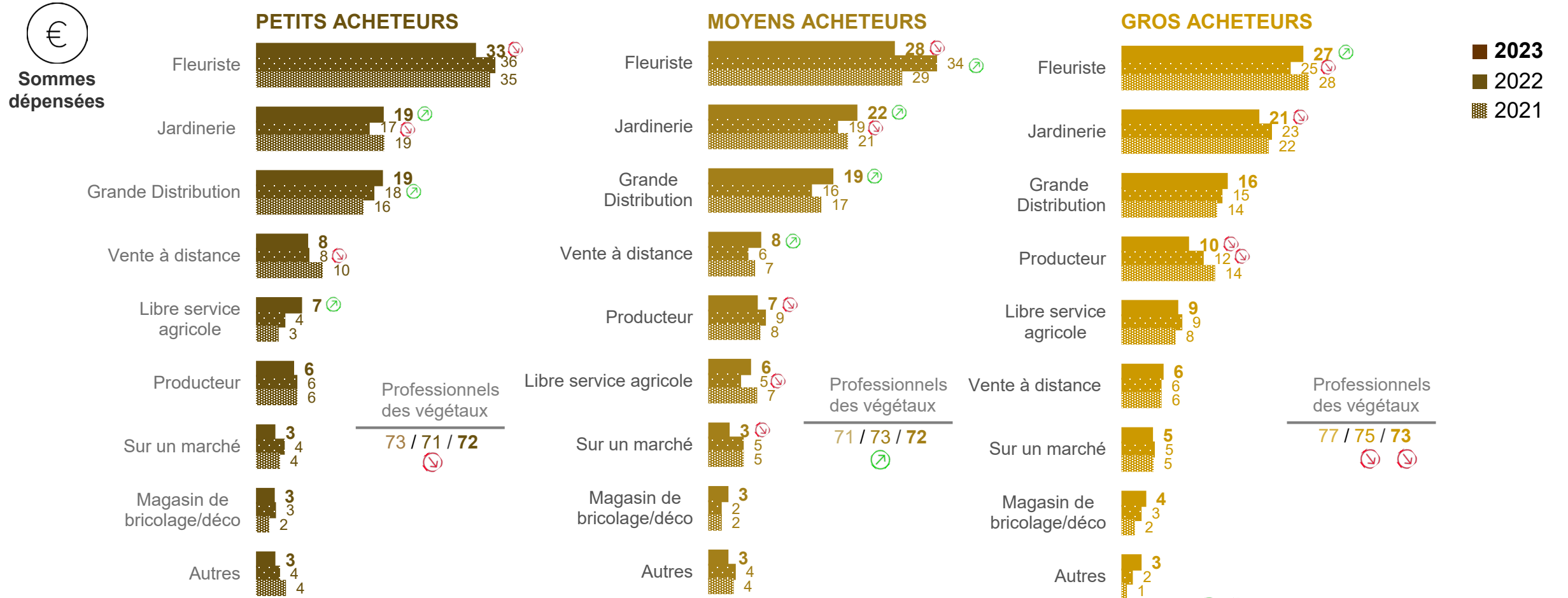
Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2167), moyens (1712), gros (1048)

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX

En valeur, les fleuristes restent en tête, malgré une baisse auprès des petits et moyens acheteurs, qui dépensent plus dans les jardinerie cette année. Les gros acheteurs dépensent moins chez les professionnels des végétaux depuis 2 ans.



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2167), moyens (1712), gros (1048)

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

1.4

Les sommes
dépensées pour les
occasions personnelles
se maintiennent, alors
qu'elles baissent pour
certaines occasions
calendaires



VÉGÉTAUX
D'ORNEMENT



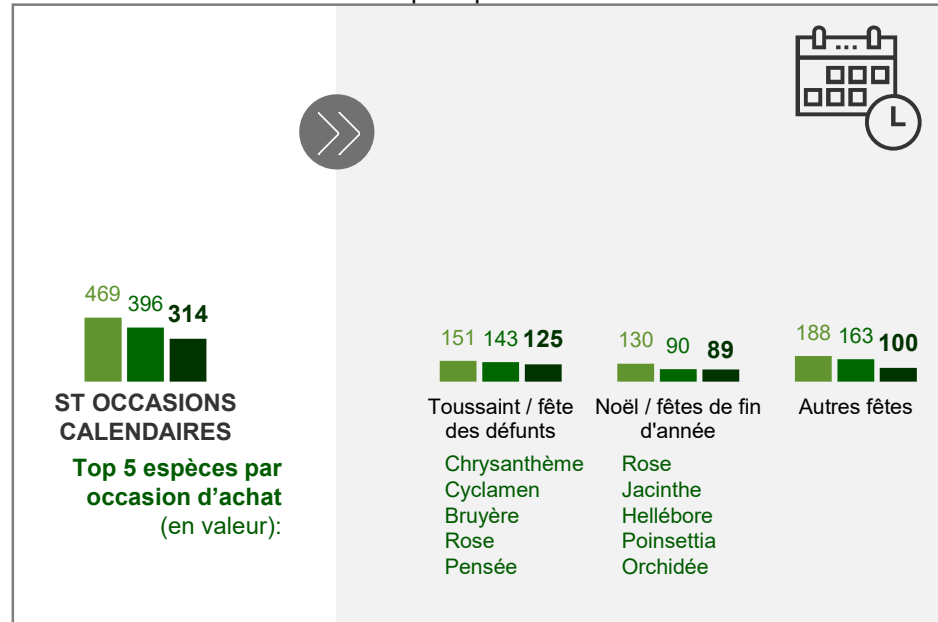
Concernant l'ornement, les sommes dépensées pour des occasions personnelles restent stables par rapport à 2022, avec les achats pour se faire plaisir en tête. En revanche, même si moins importantes, les dépenses pour certaines occasions calendaires baissent significativement.

Evolution des sommes dépensées par occasion d'achat (en millions)

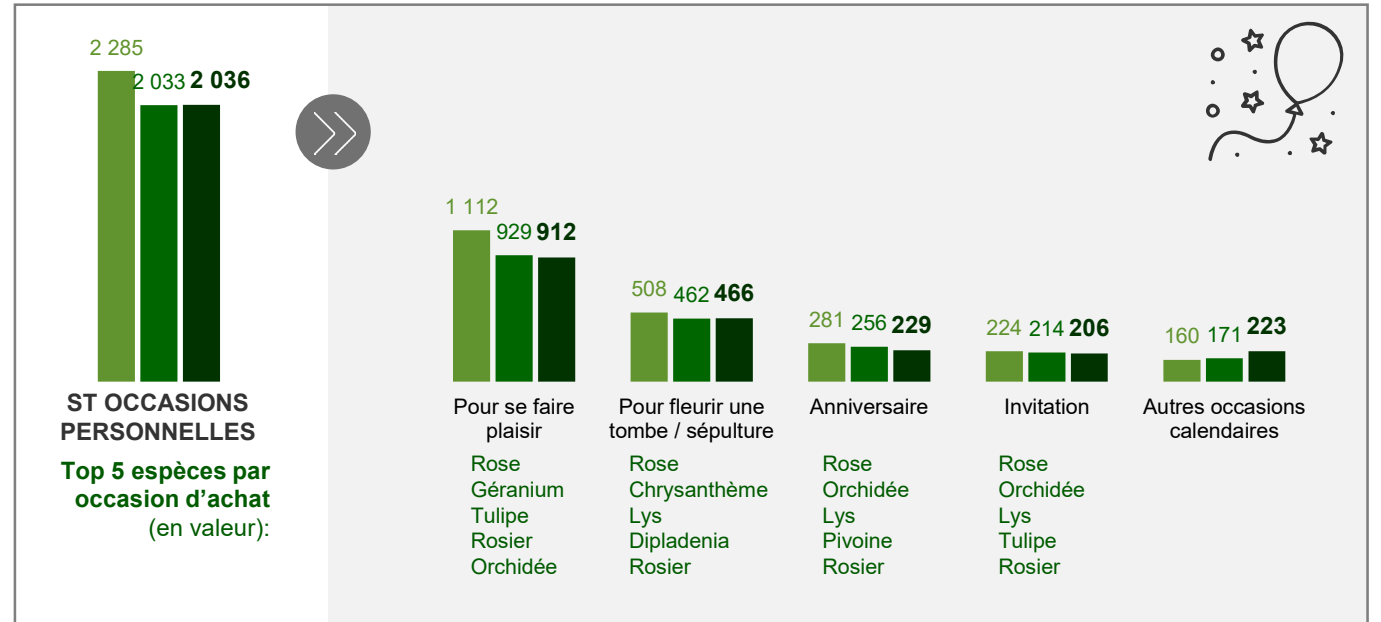
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

€ Sommes
dépensées

Détail des principales occasions calendaires



Détail des principales occasions personnelles

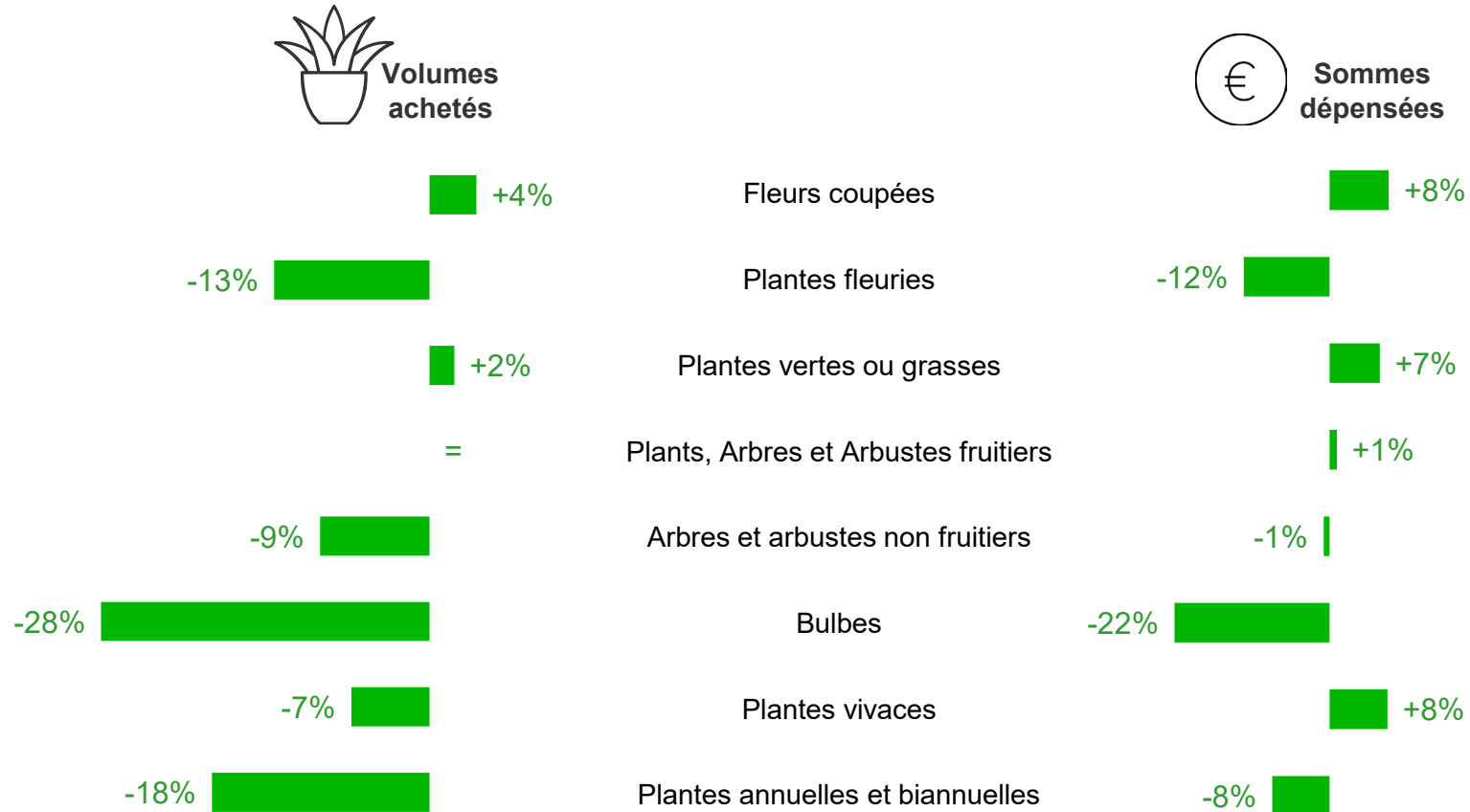


Base : achats de végétaux d'ornement



Les achats de fleurs coupées et de plantes vertes ou grasses sont en hausse en 2023, en volume comme en valeur. On remarque une forte baisse des achats de bulbes et de plantes annuelles et biennuelles, ainsi que des plantes fleuries.

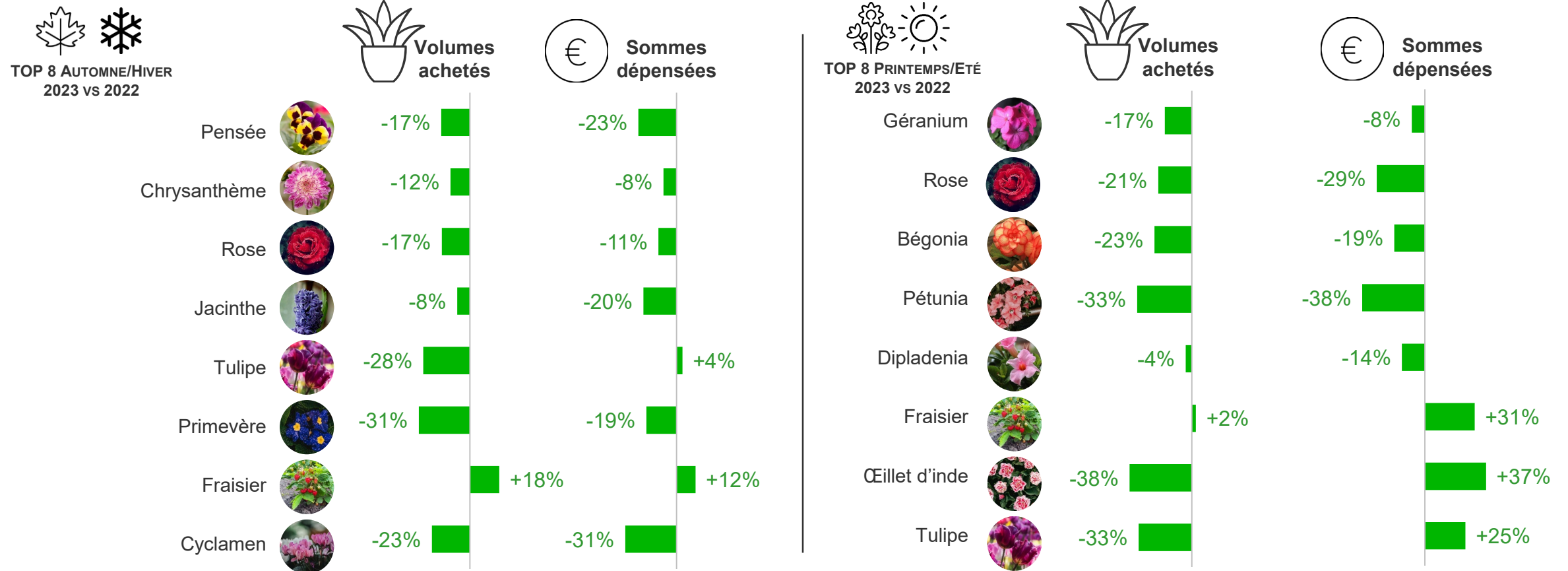
Evolution des volumes et sommes dépensées par catégorie



Base : achats de végétaux d'ornement

Les espèces les plus achetées en automne/hiver sont les pensées et les chrysanthèmes, les géraniums et les roses sont en tête sur le printemps/été. Globalement, les volumes achetés baissent pour tous les végétaux populaires, à l'exception des fraisiers.

Evolution des volumes et sommes dépensées par espèce - TOP 8



Base : achats de végétaux d'ornement

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

**Le segment des
végétaux d'extérieur
baisse en volume,
notamment au
printemps, mais résiste
bien en valeur**



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR

2

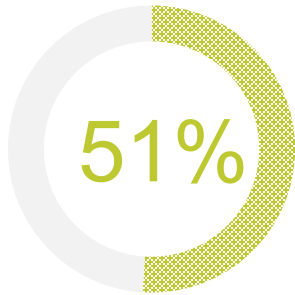
En 2023, 51% des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur (ornement ou potager), assez stable par rapport à 2022. Le budget moyen se maintient au même niveau, mais les quantités moyennes baissent fortement (5 végétaux de moins en moyenne par foyer).

Les végétaux d'extérieur (ornement et potager)

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

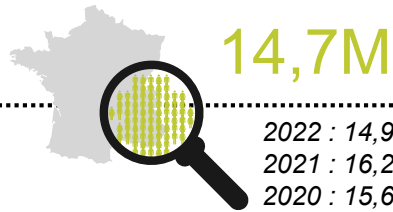


Taux de pénétration
% des foyers en France



2022 : 52%
2021 : 57%
2020 : 55%
2019 : 56%

Nombre de foyers
en millions



2022 : 14,9M
2021 : 16,2M
2020 : 15,6M
2019 : 15,6M

Quantité moyenne
en volume



22,9

par foyer acheteur

2022 : 28,4
2021 : 32,8
2020 : 32,1
2019 : 34,2

Budget moyen
en valeur



63,00€

par foyer acheteur

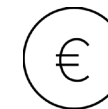
2022 : 63,00€
2021 : 71,10€
2020 : 60,90€
2019 : 58,90€



Volumes achetés

360,1M (-22%)

2022 : 460,1M (-16%)
2021 : 550,9M (+5%)
2020 : 525,4M (-10%)
2019 : 582,7M



Sommes dépensées

1 006,1M€ (-5%)

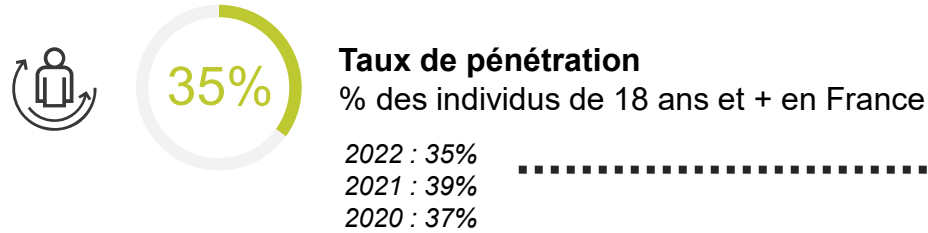
2022 : 1 063,5M€ (-14%)
2021 : 1 236,3M€ (+19%)
2020 : 1 038,9M€ (-1%)
2019 : 1 053,0M€

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers en France.

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

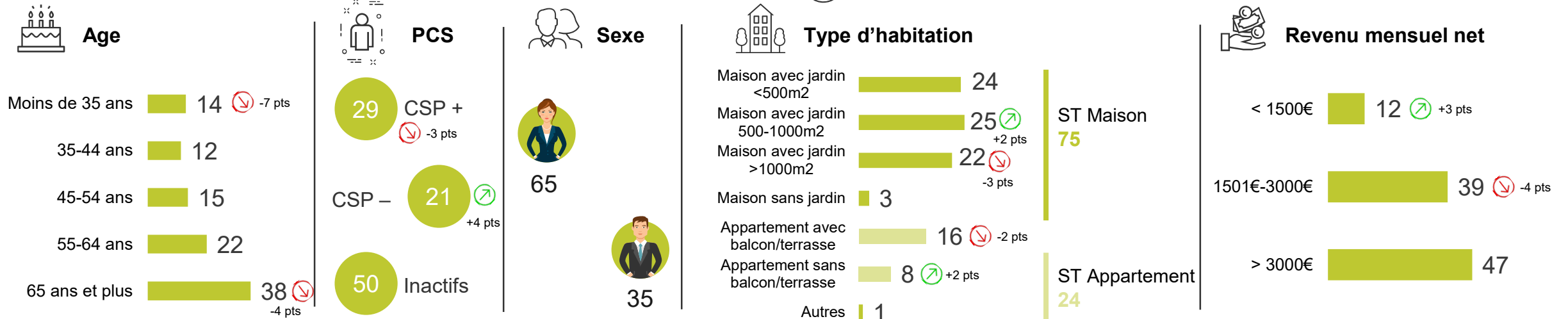
Un peu plus d'un tiers des Français ont acheté au moins un végétal pour l'extérieur (ornement ou potager), niveau stable. La majorité des dépenses sont réalisées par des seniors (55 ans et plus) des inactifs, des femmes et des personnes vivant dans une maison.

Taux de pénétration individu



17,9M d'individus de 18 ans et plus
2022 : 18,0M / 2021 : 19,7M / 2020 : 18,7M

Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)

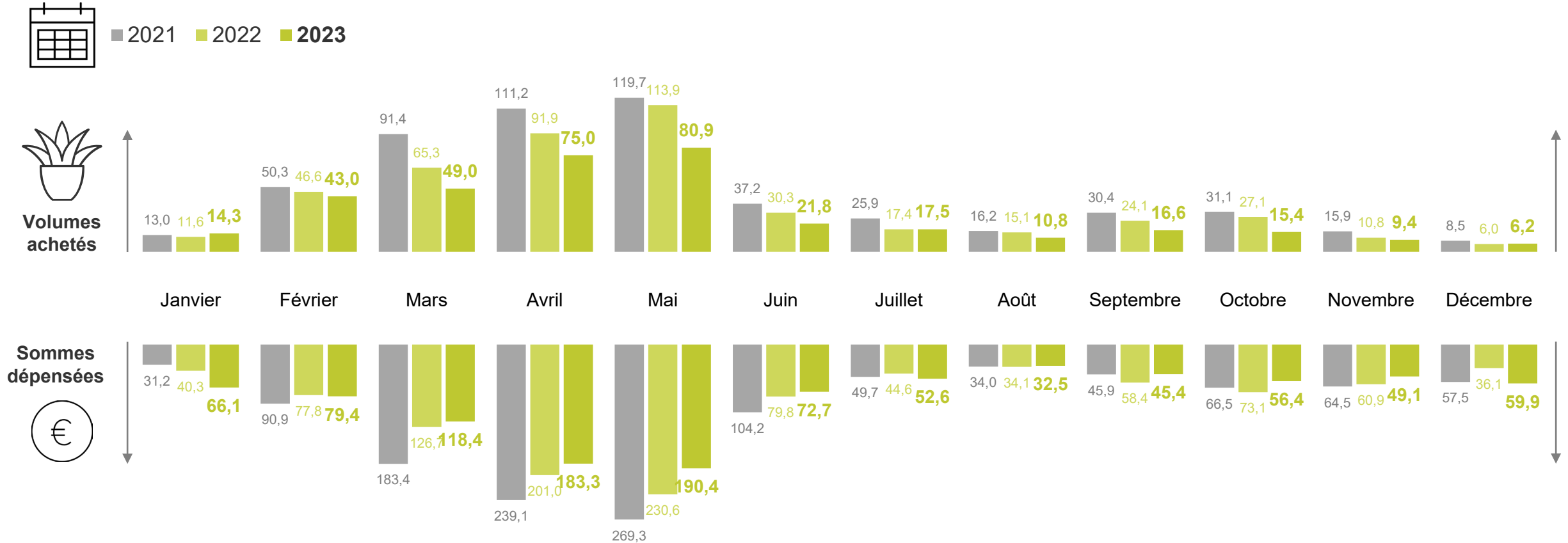


Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'extérieur (4203). En 2023, 51 504 612 individus de 18 ans et plus en France

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La baisse des achats des végétaux d'extérieur est notamment visible sur les mois les plus importants (mars à mai), ainsi qu'en septembre/octobre, alors que le reste de l'année est plus stable. En valeur, les baisses se situent aux mêmes périodes mais elles sont moins marquées.

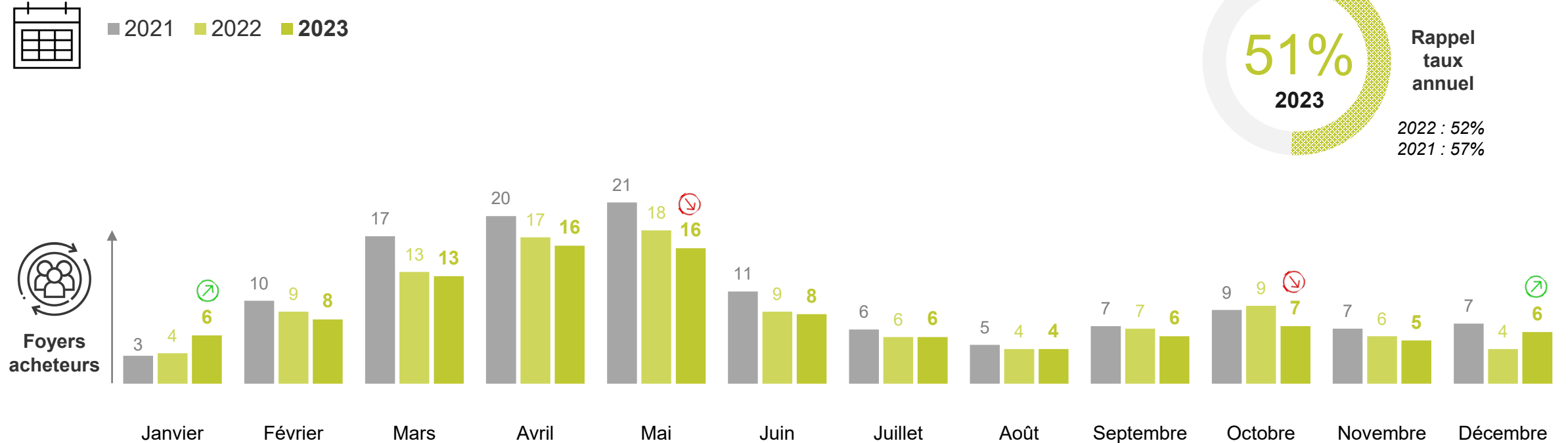
Quantités achetées et sommes dépensées par mois (en millions)



Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

Le nombre d'acheteurs par mois est globalement stable, avec des mois de mai et octobre en décroissance, et des meilleurs mois de janvier et décembre. Les taux d'acheteurs aux mois de printemps restent encore loin de ceux de 2021.

Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois

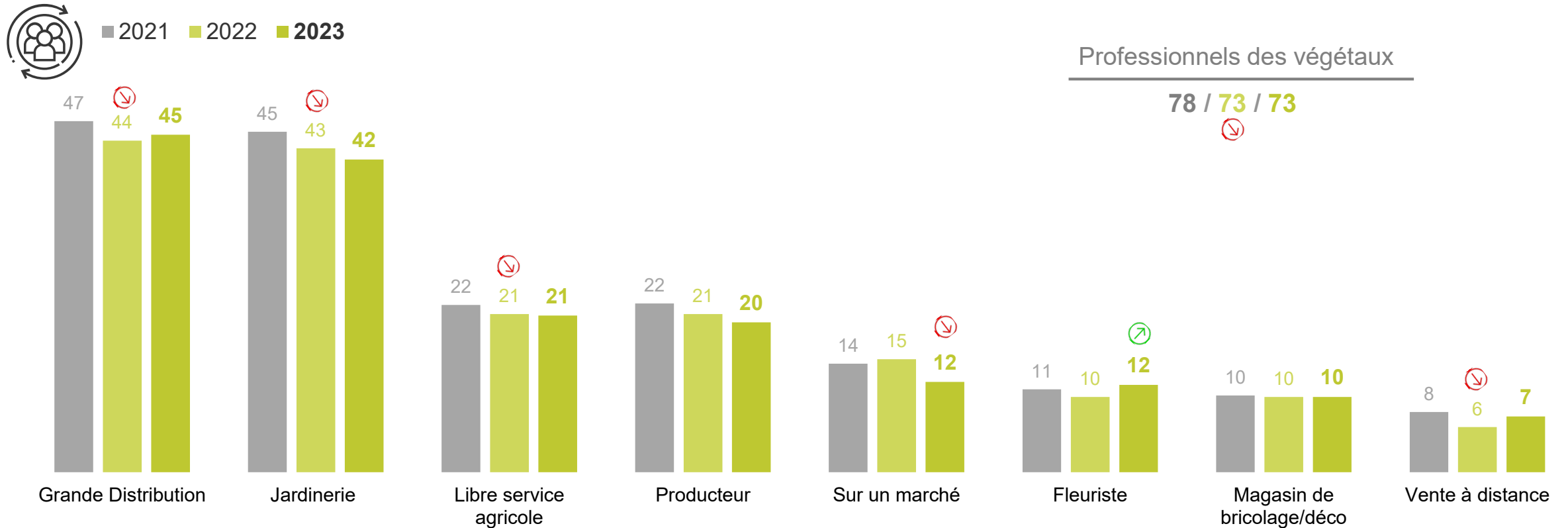


Base : ensemble des foyers

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La pénétration des lieux d'achats reste également stable, hormis les fleuristes qui attirent un peu plus d'acheteurs, et les marchés qui en perdent. La grande distribution semble consolider sa position de leader en fréquentation sur le marché des végétaux d'extérieur devant la jardinerie.

Pénétration des lieux d'achats en (% foyers acheteurs)

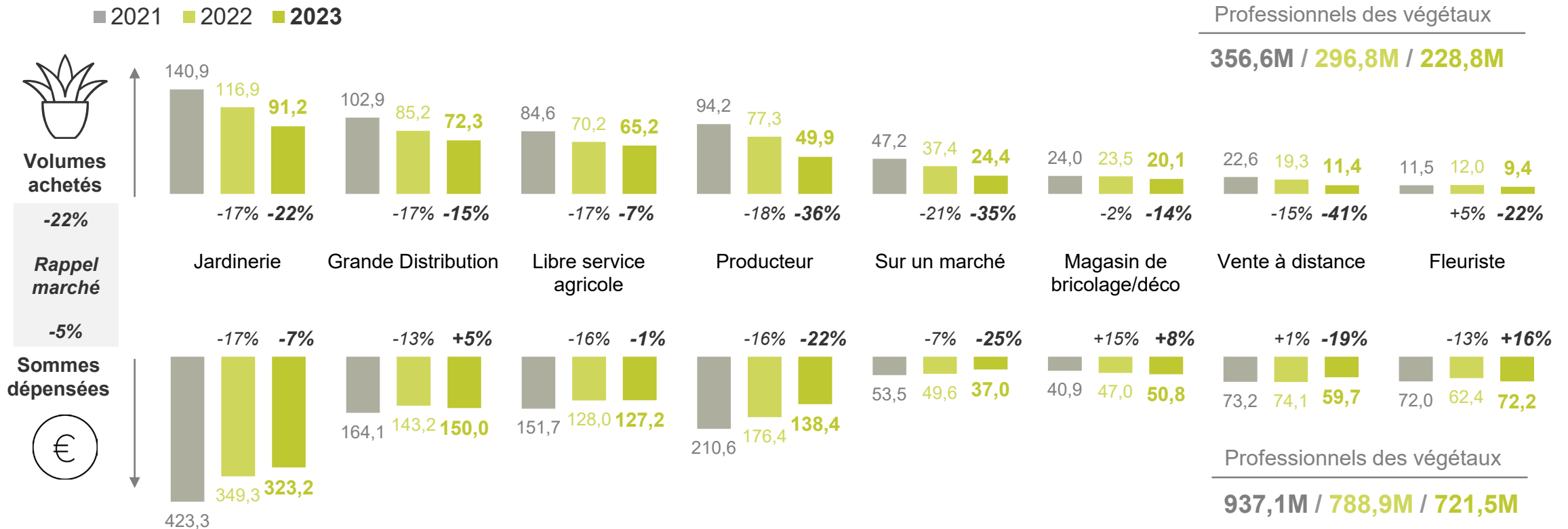


Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur (potager inclus)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les jardinerie restent leader en volume et en valeur sur les végétaux d'extérieur, suivi par la grande distribution. Comme sur l'ensemble des végétaux, la grande distribution, le LISA et les magasins de bricolage/déco résistent le mieux aux baisses de volumes de 2023.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

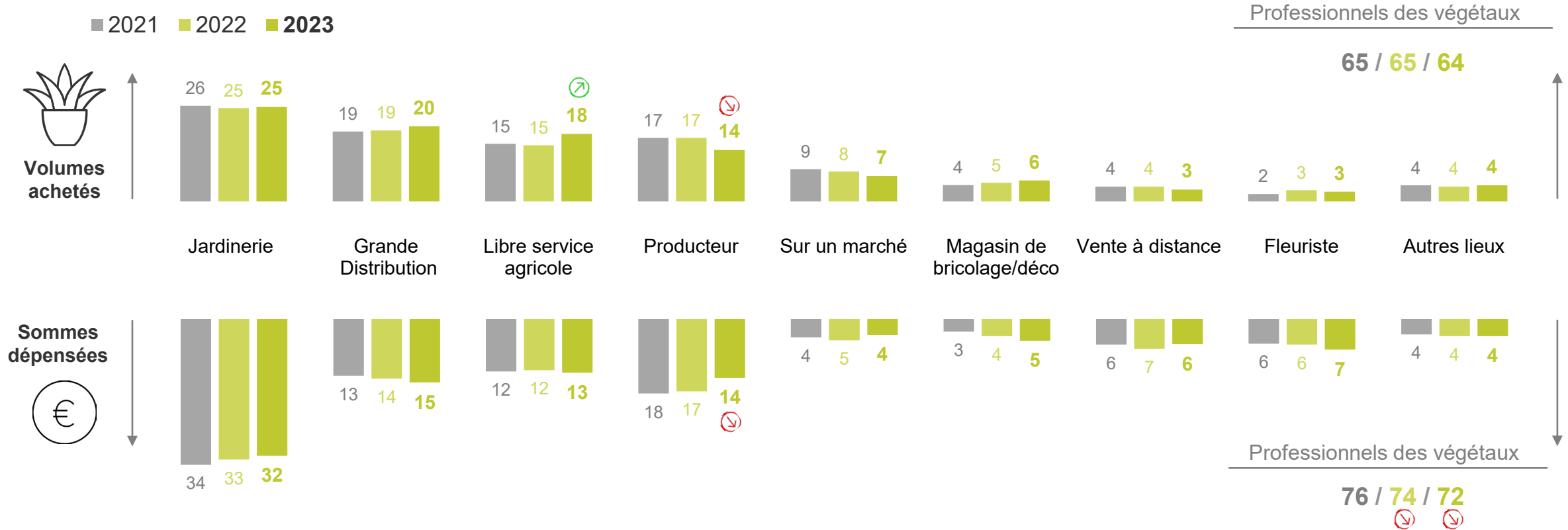


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les parts de marché des lieux d'achat restent relativement stables, hormis une importante baisse des producteurs en volume comme en valeur et une progression des LISA en volume.

Part de marché des lieux d'achats (en % volume et en % valeur)

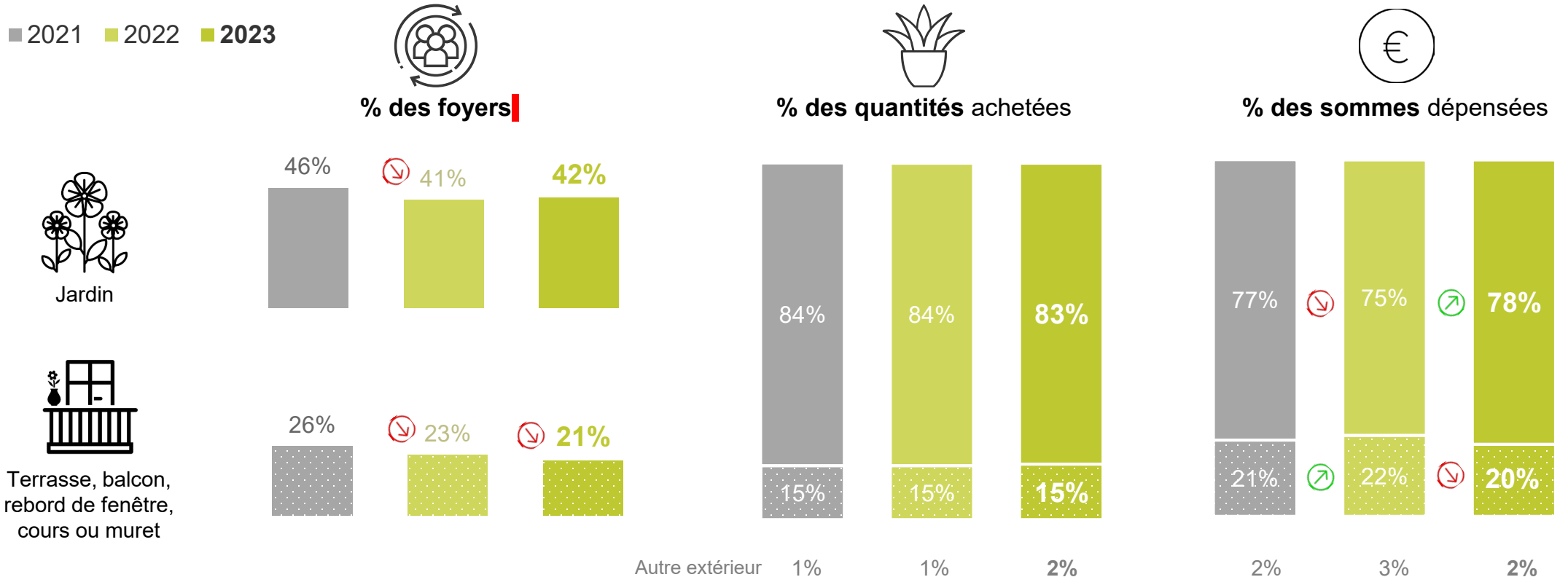


Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Le taux de foyers acheteurs de végétaux pour le jardin reste stable vs 2022, mais de moins en moins de foyers achètent de végétaux d'extérieur pour leur terrasse / balcons, depuis 2 ans.

Pénétration et part de marché selon la destination



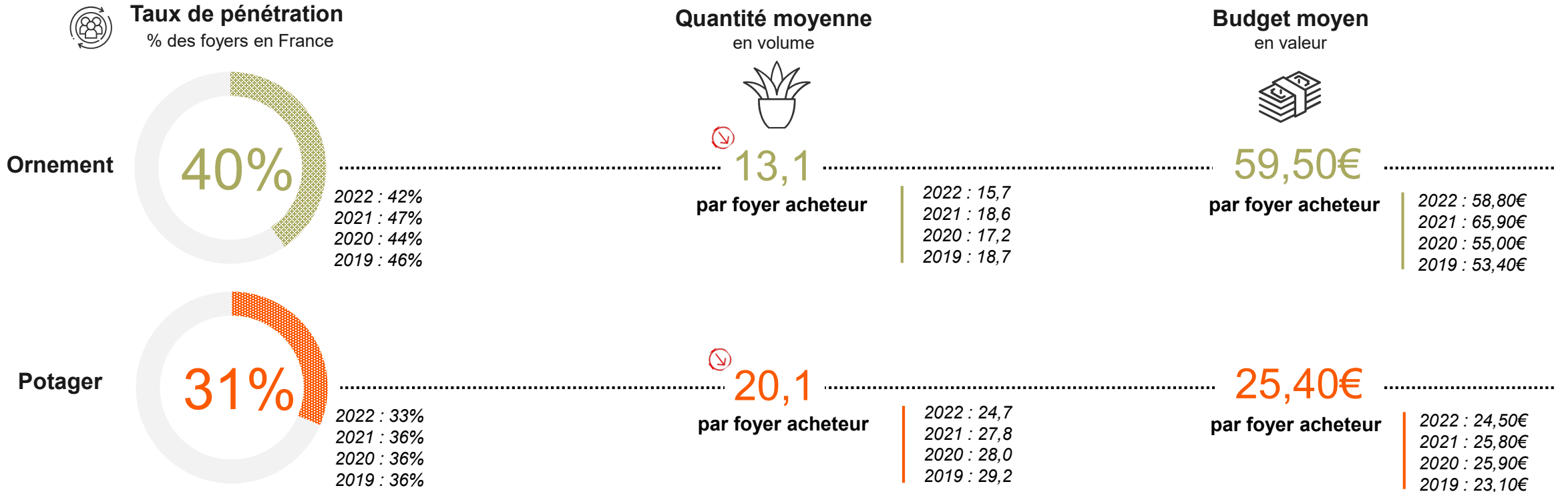
Base : ensemble des foyers et achats de végétaux d'extérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Plus en détail, 40% des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur d'ornement et 31% ont acheté au moins un végétal pour le potager. Les deux segments voient une légère baisse du nombre d'acheteurs et des quantités moyennes achetées, alors que le budget dédié est stable.

Les végétaux d'extérieur (détail)

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



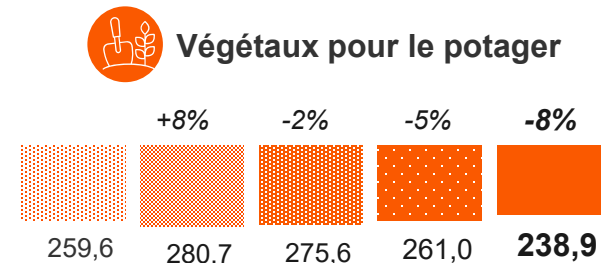
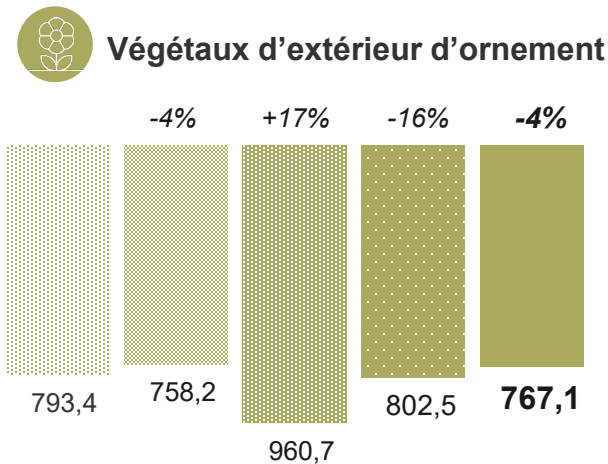
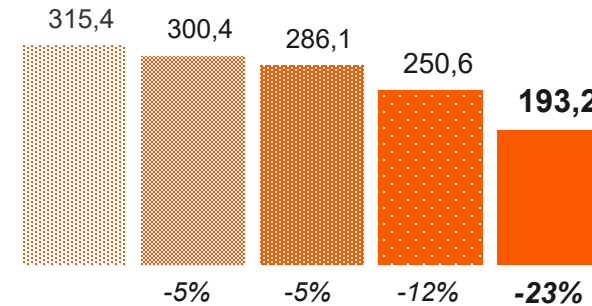
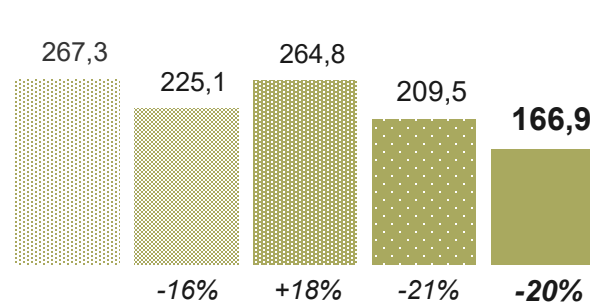
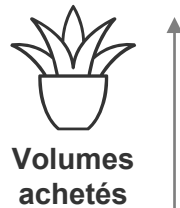
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers en France.

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Si le segment de l'extérieur d'ornement se porte légèrement mieux de celui du potager, les tendances sont similaires entre les deux marchés : des quantités achetées qui continuent de baisser de façon importante et des sommes dépensées qui restent relativement stables.

Volumes et valeur des différents marchés (en millions)

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023**

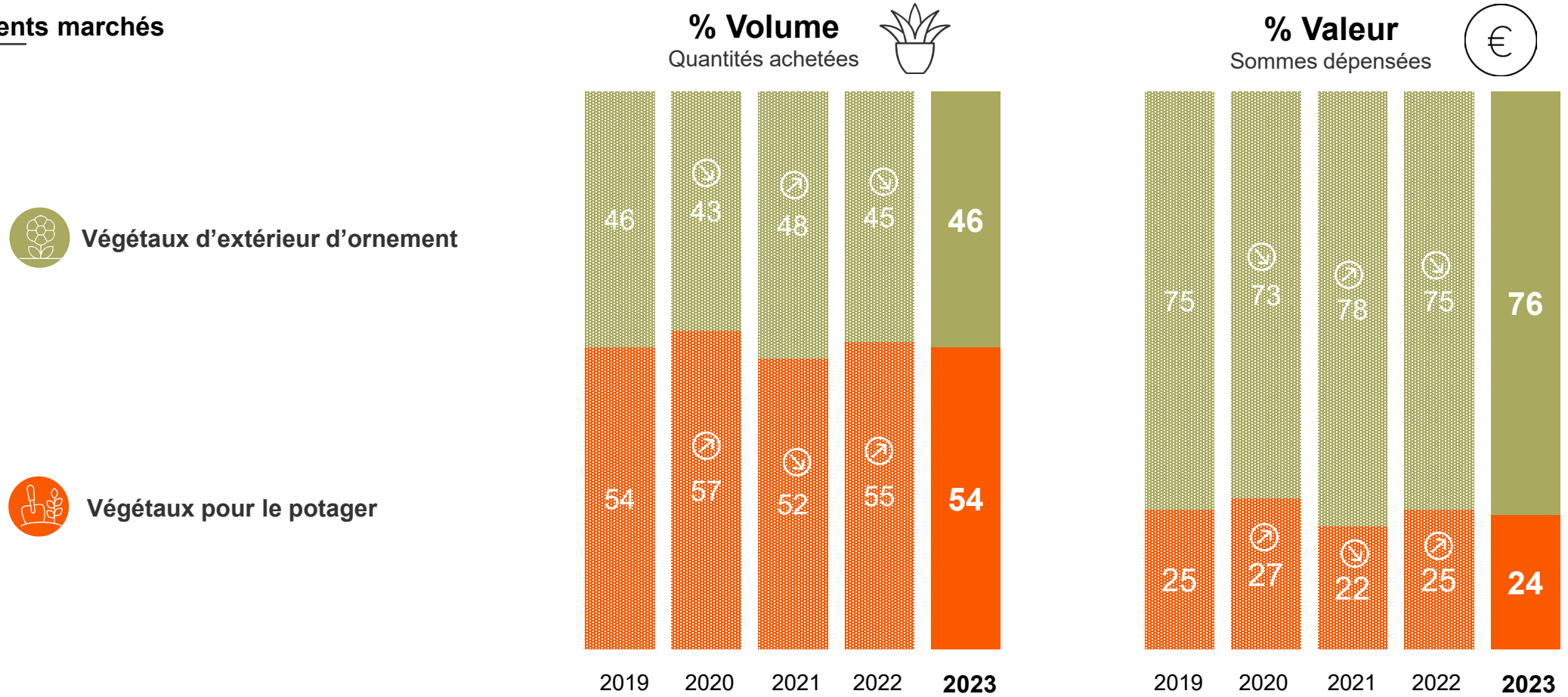


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur

-/+ x% : évolution vs année précédente

Si les végétaux pour le potager représentent la majorité des quantités achetées, les végétaux d'extérieur d'ornement sont largement les plus importants en valeur. Les poids des deux marchés fluctuent de quelques points chaque année, mais restent désormais stable.


Poids des différents marchés



 Végétaux d'extérieur d'ornement

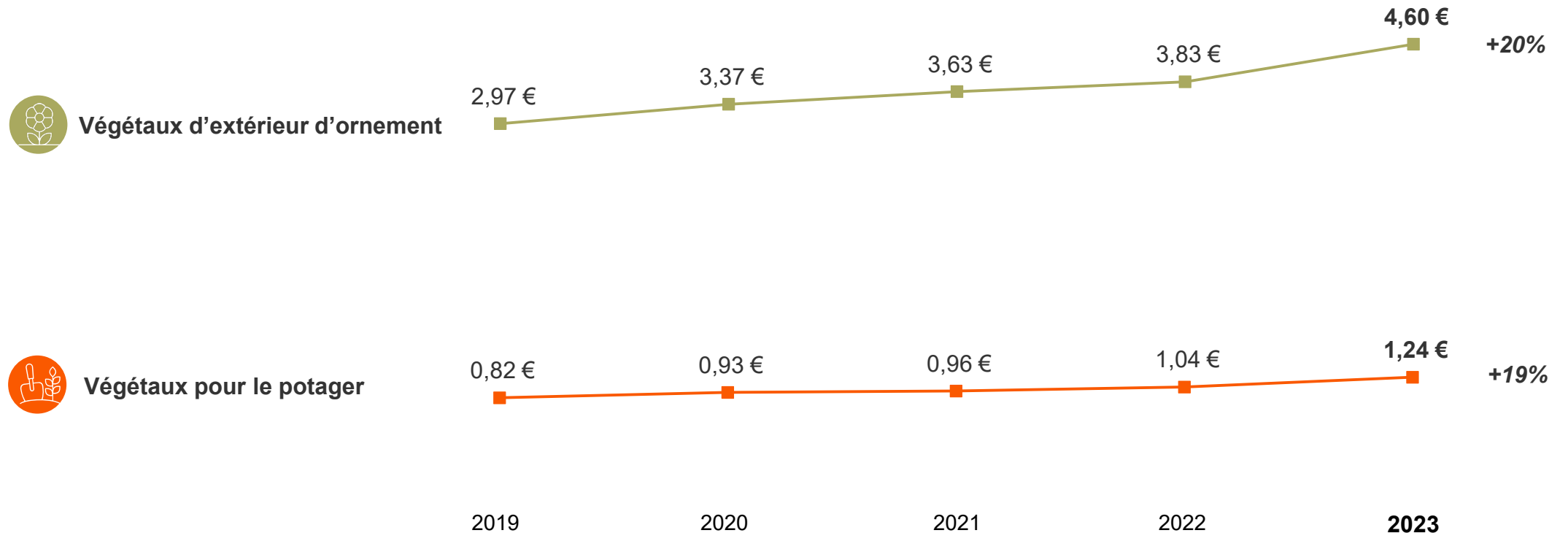
 Végétaux pour le potager

Base : achats de végétaux d'extérieur

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Le montant moyen dépensé pour un végétal d'extérieur augmente de façon significative et de la même manière dans les deux marchés.

Prix moyen par végétal dans les différents marchés



Base : achats de végétaux d'extérieur

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

2.1

Les végétaux d'extérieur d'ornement résistent en valeur, mais baissent en volume, avec une saisonnalité de moins en moins importante

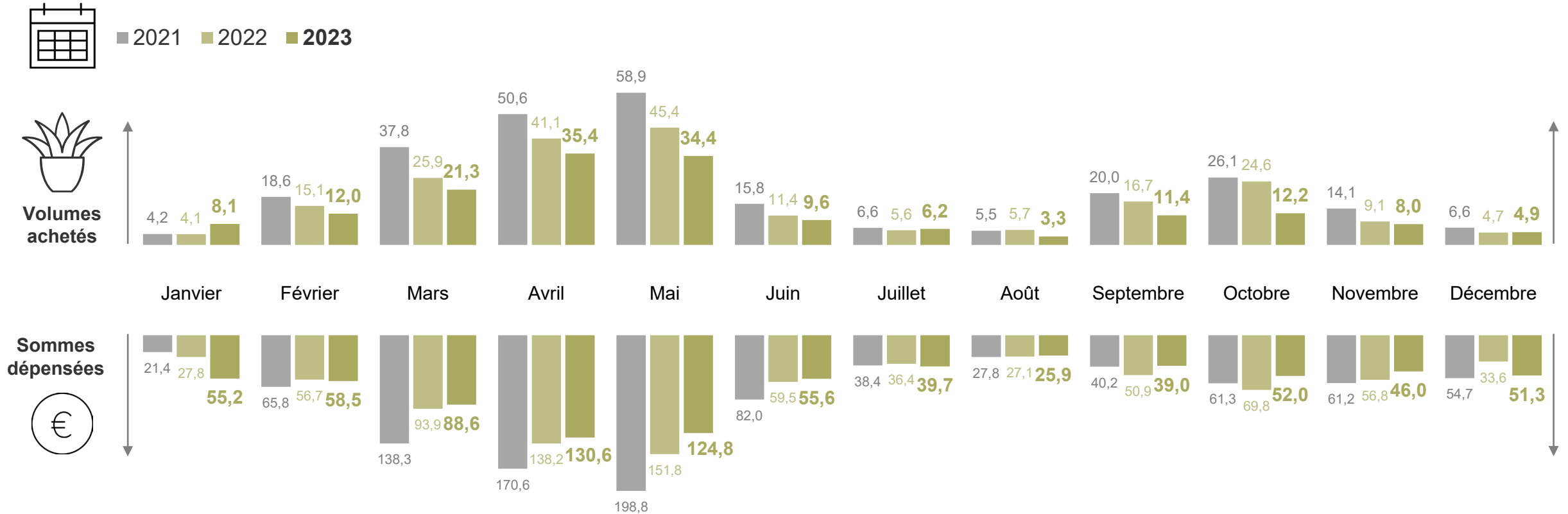


VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
ORNEMENT



Comme sur l'ensemble des végétaux d'extérieur, la baisse en volume et en valeur des végétaux d'extérieur d'ornement se concentre sur les périodes habituellement importantes du printemps et d'octobre, alors que le reste de l'année reste assez stable, notamment en valeur.

Quantités achetées et sommes dépensées par mois (en millions)

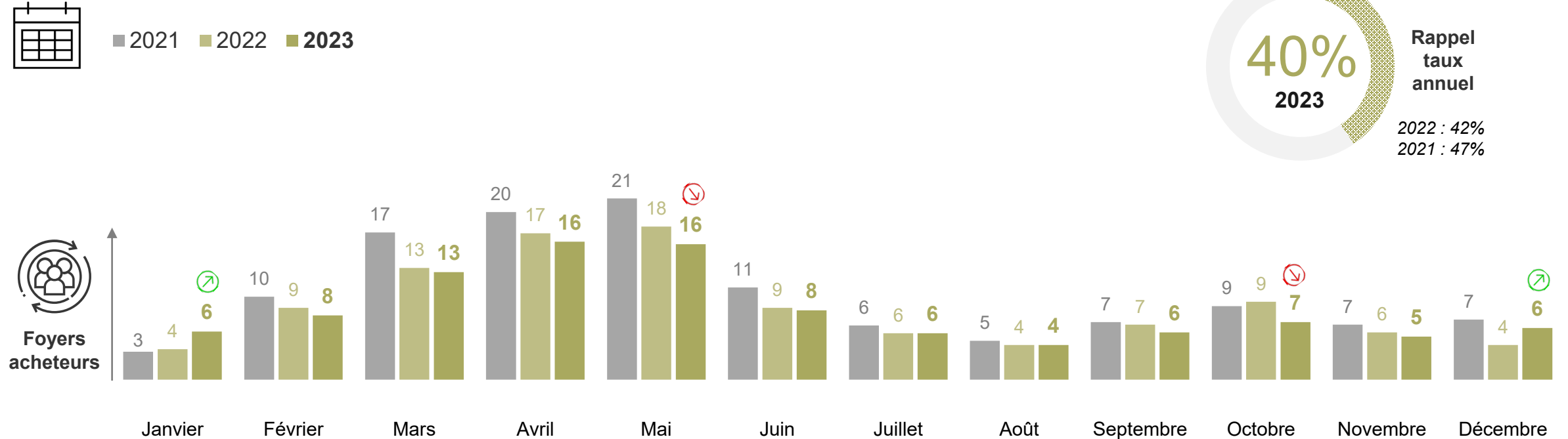


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achat de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager)



Le taux de foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement reste stable sur la plupart de l'année, avec une légère tendance à la baisse les mois de mai et octobre et des mois d'hiver plus positifs que d'habitude.

Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois



Base : ensemble des foyers

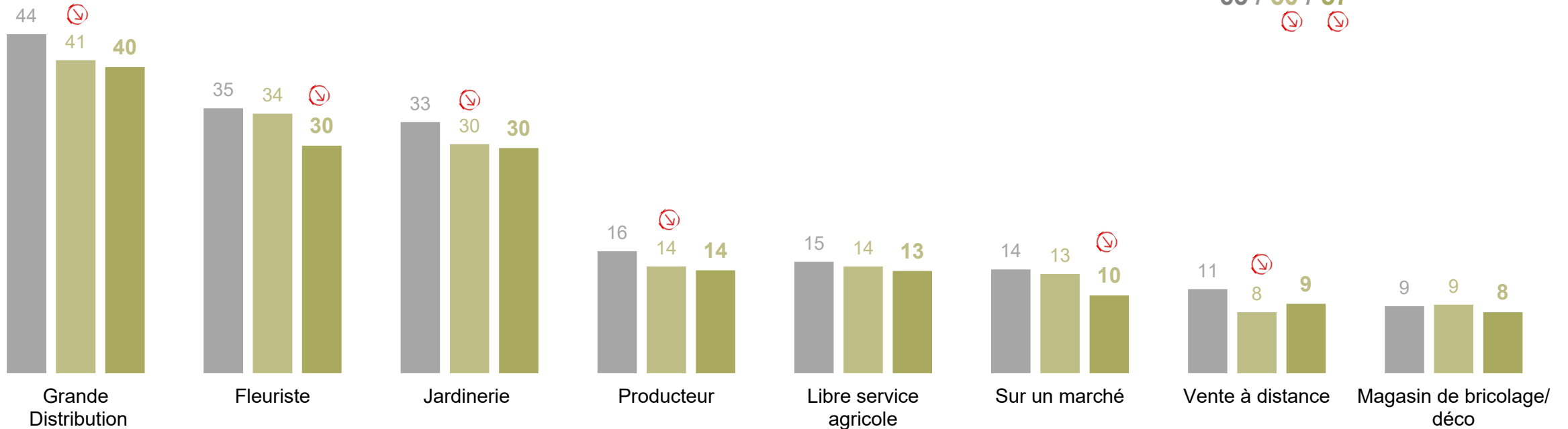
(↑) (↓) Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La grande distribution reste le lieu d'achat le plus fréquenté pour les végétaux d'extérieur d'ornement, devant les fleuristes, en baisse significative, et les jardineries. Globalement, les professionnels des végétaux perdent des acheteurs depuis deux ans.

Pénétration des lieux d'achats (en % foyers acheteurs)



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Professionnels des végétaux

63 / 60 / 57

Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager)

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les jardinerie, en tête en volume et valeur, restent en tendance baissière, alors que la grande distribution, en deuxième, résiste mieux à la baisse du marché. Les LISA restent stables, les fleuristes et les magasins de bricolage/déco progressent en valeur.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



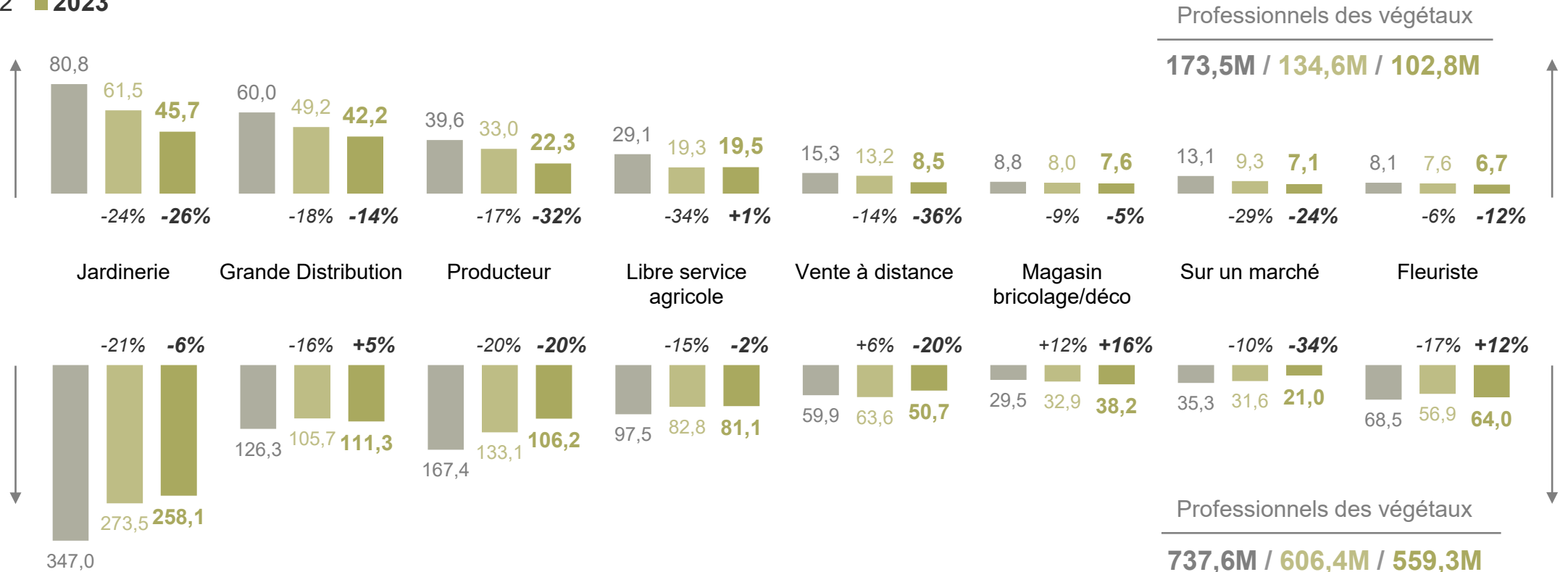
Volumes achetés

-20%

Rappel marché

-4%

Sommes dépensées



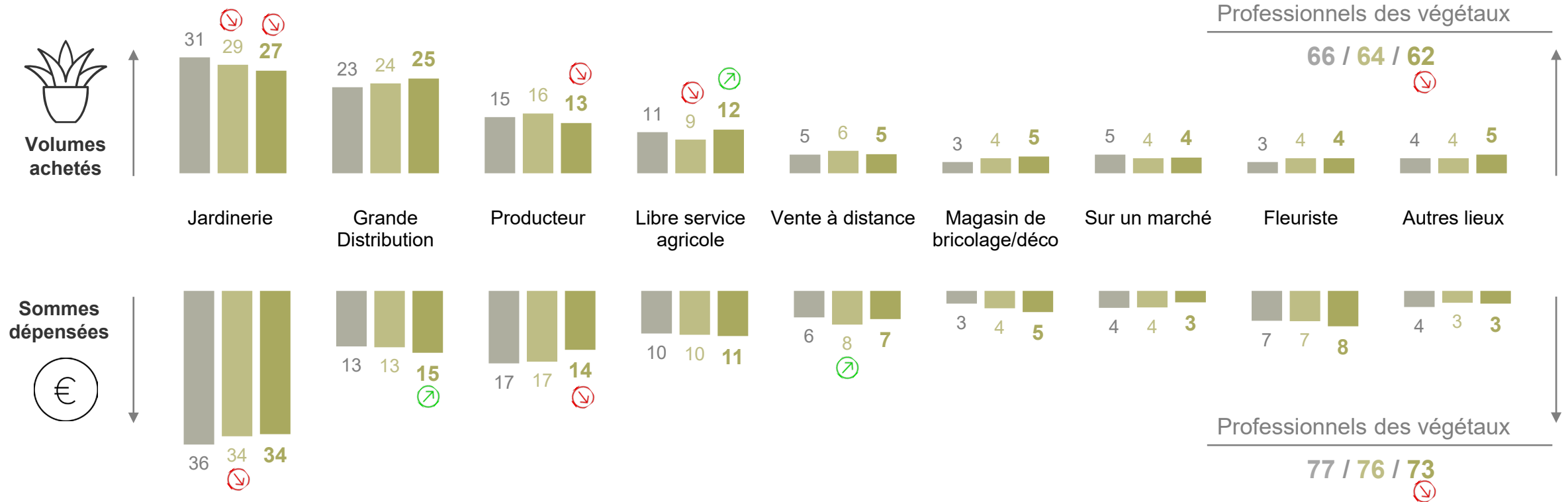
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager)

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les jardinerie restent en tête en part de maché en volume et en valeur, mais se font rattraper de plus en plus par la grande distribution. Les LISA gagnent des points en volume, alors que les producteurs souffrent d'une baisse importante en volume et en valeur.

Part de marché des lieux d'achats (en % volume et % valeur)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



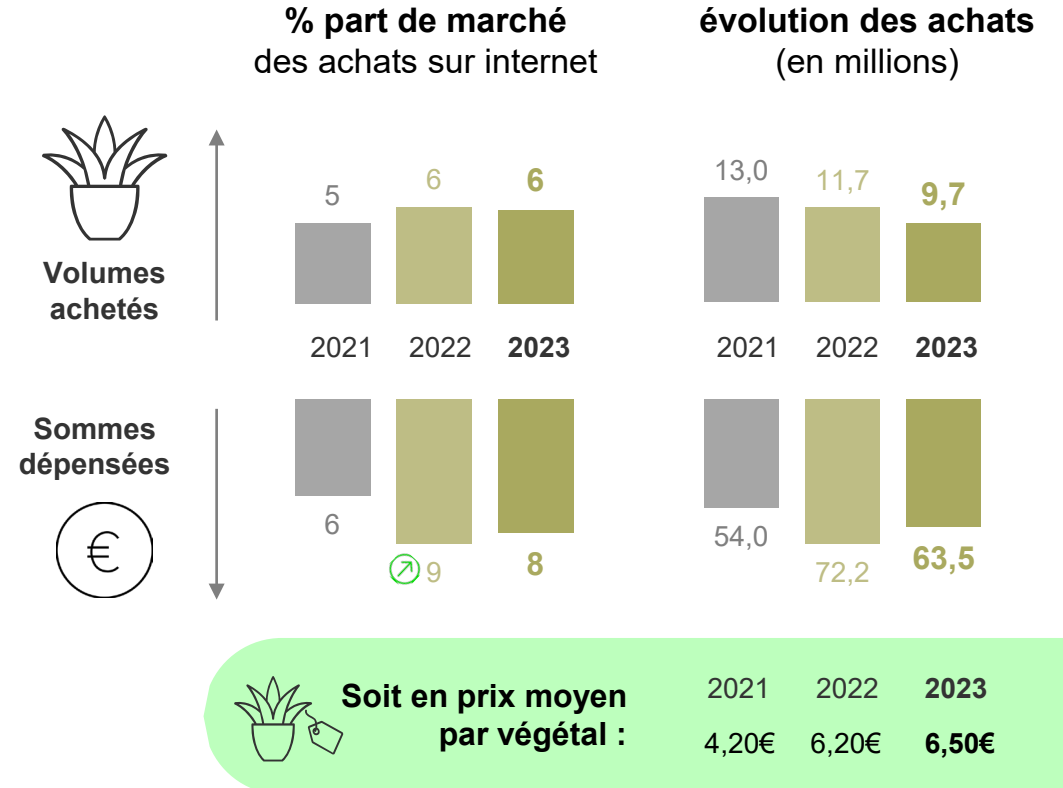
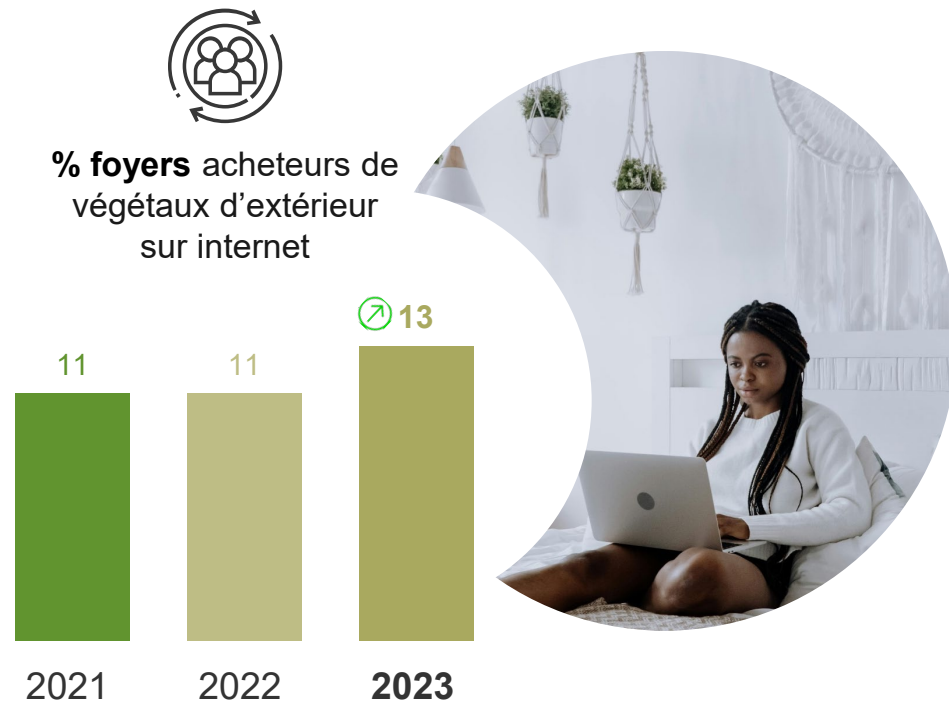
Base : achats de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



Le taux de foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement sur internet est en hausse : plus d'1 foyer sur 10. Cependant la part de marché en volume et en valeur reste stable.

Pénétration et part de marché des achats sur internet

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager) (2830)

Base : achats de végétaux d'extérieur d'ornement (hors potager)   Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

2.2

Les végétaux à destination
du potager restent en
tendance baissière depuis
plusieurs années,
particulièrement en volume

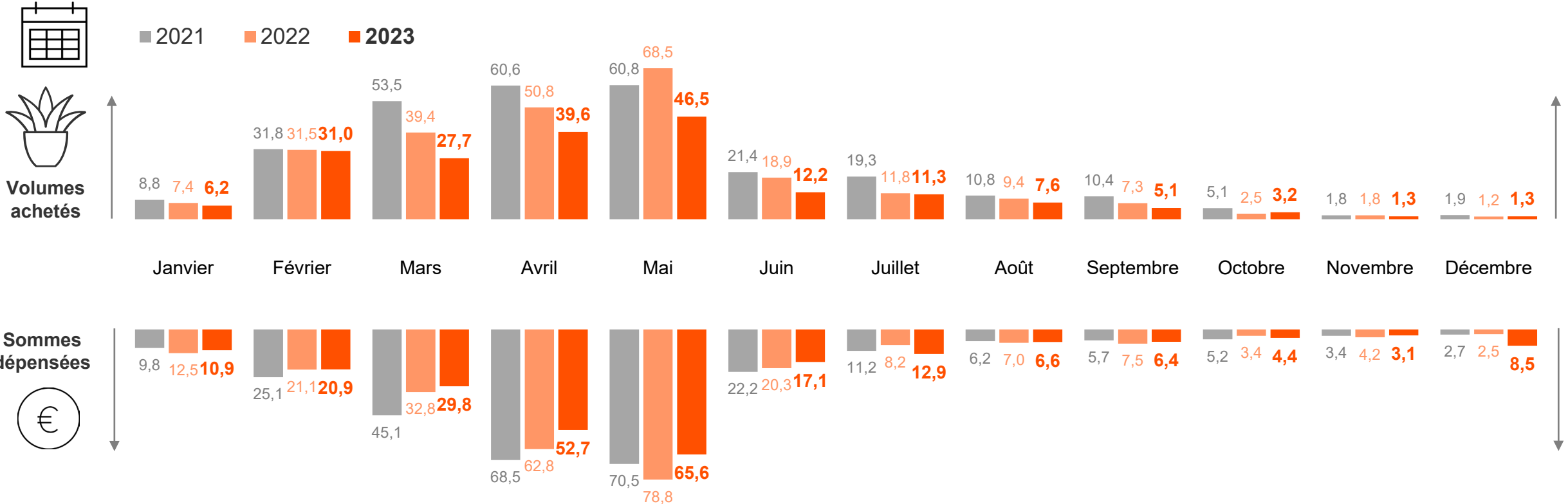


VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER



Les achats de végétaux pour le potager baissent fortement sur la période de mars à mai, qui représente habituellement la grosse majorité des volumes achetés et sommes dépensées. En février, mois également important, les achats se maintiennent stables.

Quantités achetées et sommes dépensées par mois (en millions)



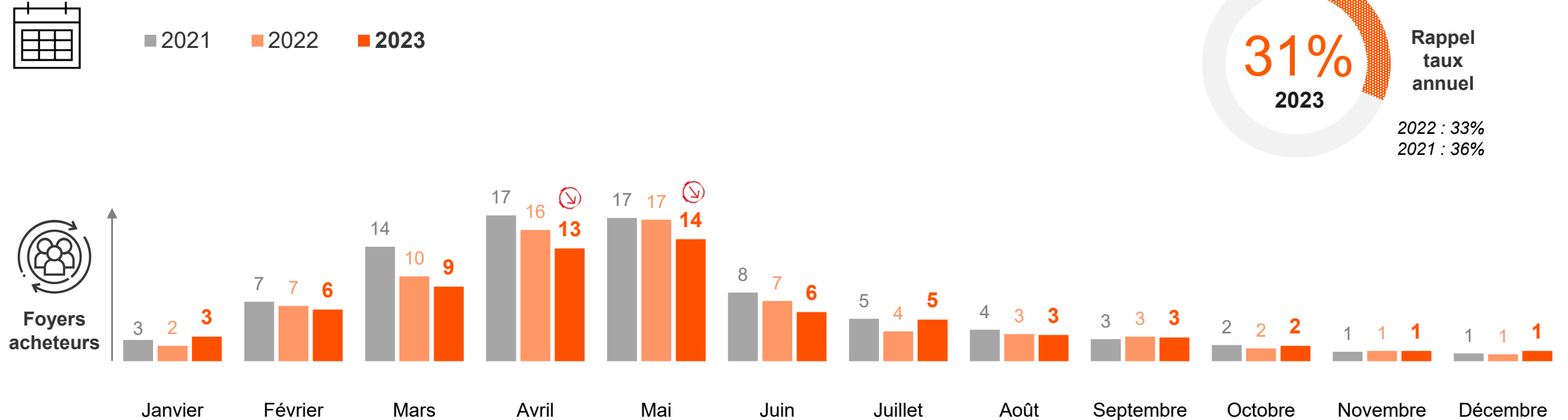
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux pour le potager



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

Le taux de foyers acheteurs de végétaux pour le potager baisse notamment en avril et mai, alors que le reste de l'année est plus stable.

Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



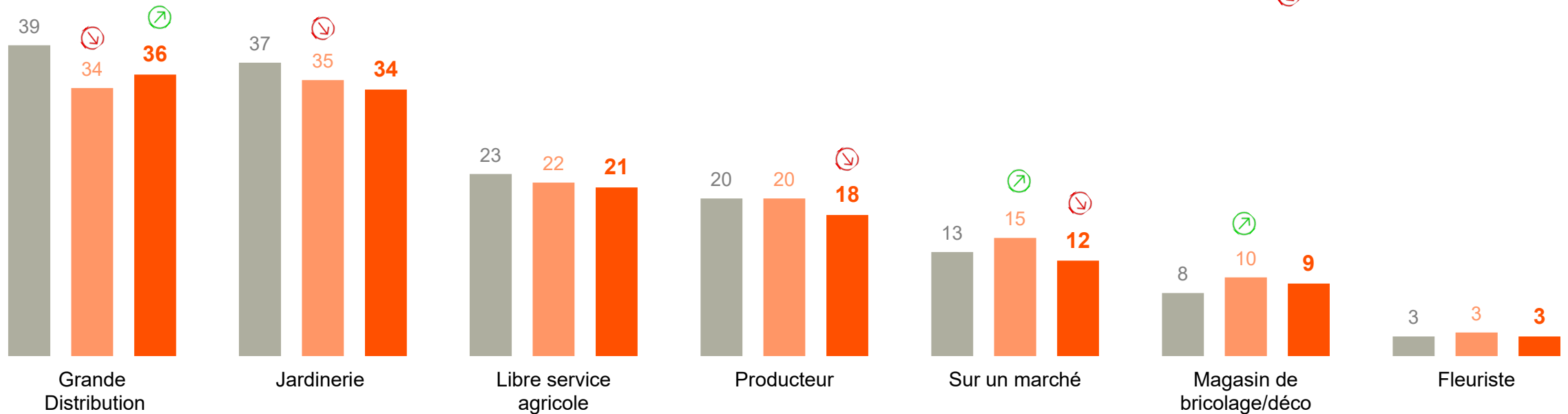
VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

La grande distribution reprend la tête en termes de fréquentation après une forte baisse en 2022, devant les jardineries. Les producteurs et les marchés, et globalement les professionnels des végétaux, perdent en nombre d'acheteurs.

Pénétration des lieux d'achats (en % foyers acheteurs)



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Professionnels des végétaux

69 / 70 / 65

Base : acheteurs de végétaux pour le potager

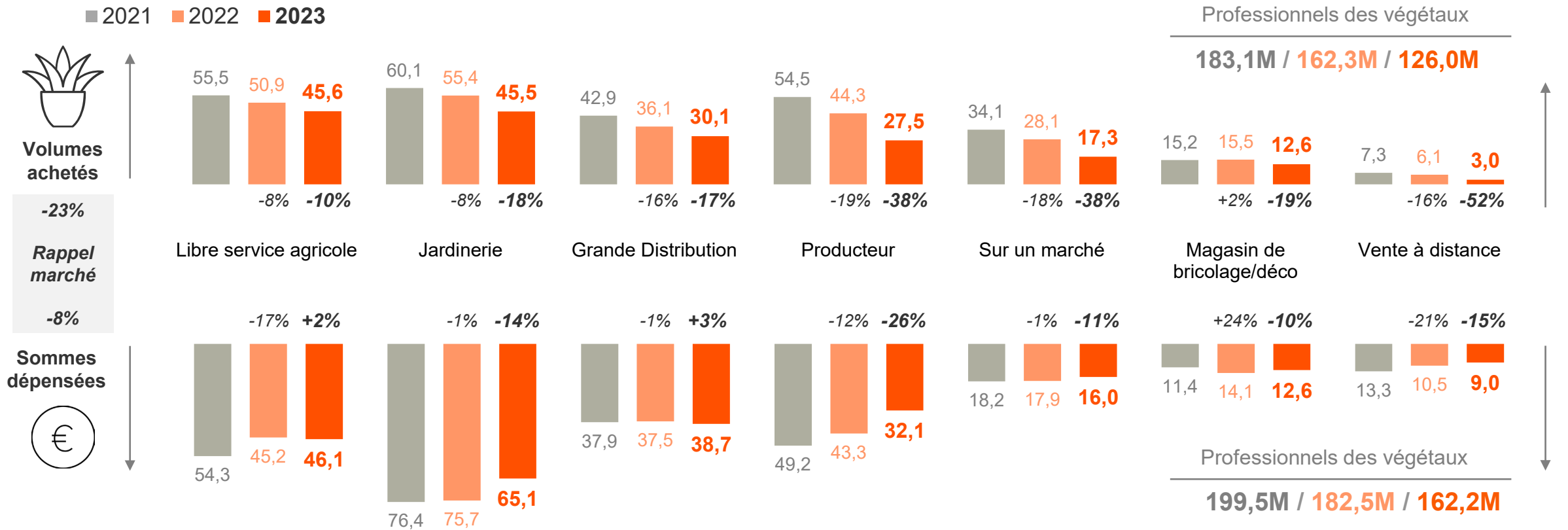
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

La jardinerie reste en tête en valeur sur les achats pour le potager, mais descend au même niveau des LISA en volume. Les LISA et la grande distribution progressent en sommes dépensées. Les producteurs et les marchés souffrent de baisses importantes.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)



Base : achats de végétaux pour le potager

-/+ x% : évolution vs année précédente

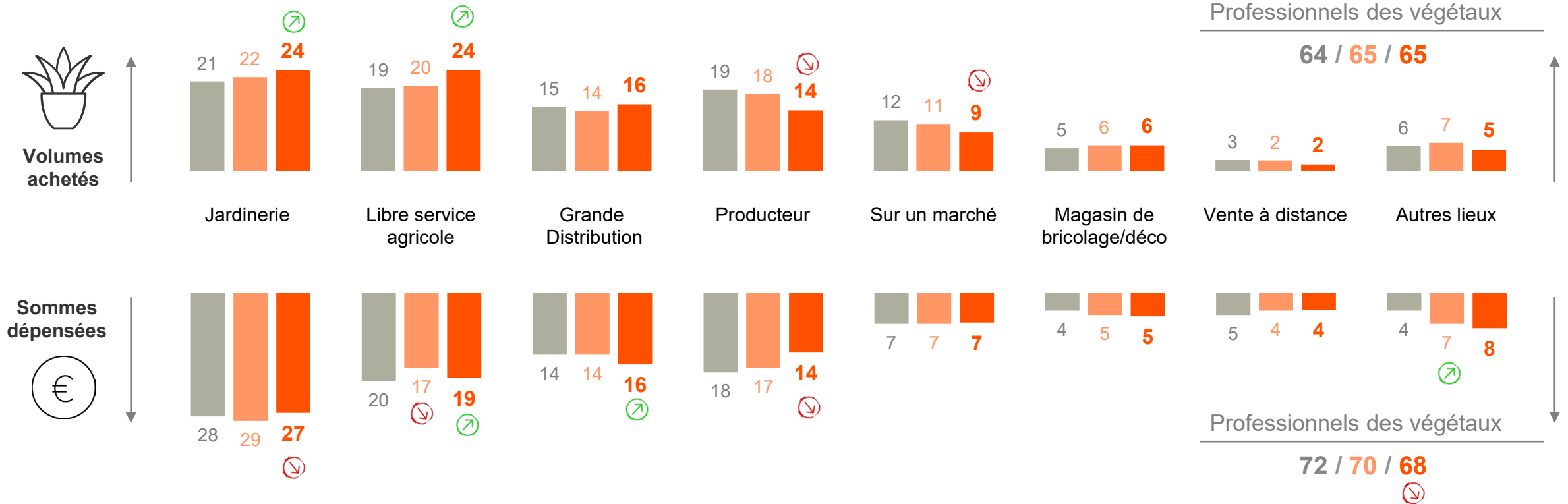


VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

Les LISA, et en moindre mesure les jardinerie, gagnent plusieurs points de parts de marché en volume, au détriment des producteurs et des marchés. Les LISA progressent également en valeur, avec la grande distribution, au dommage des producteurs et des jardinerie.

Part de marché des lieux d'achats (en % volume et % valeur)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

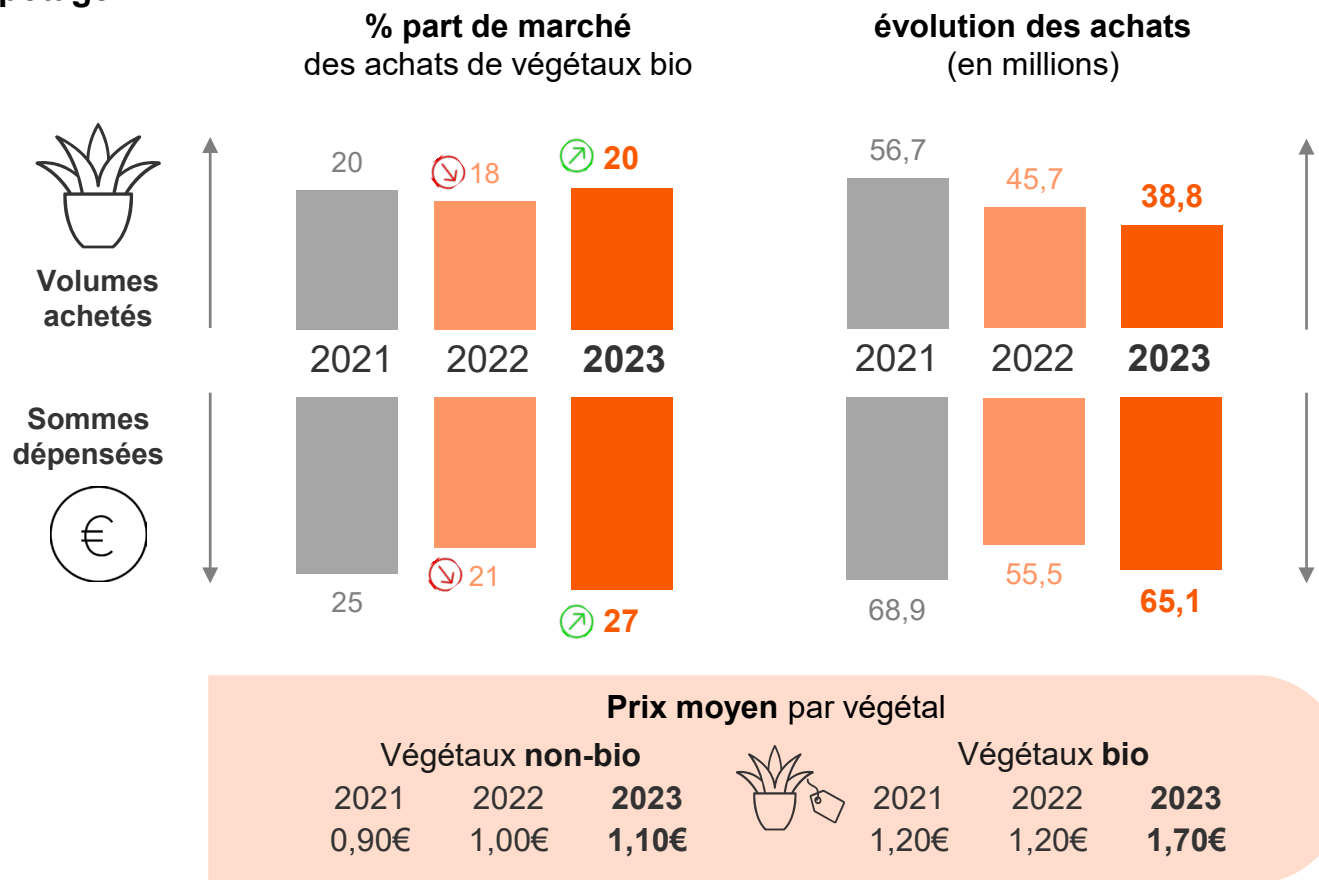
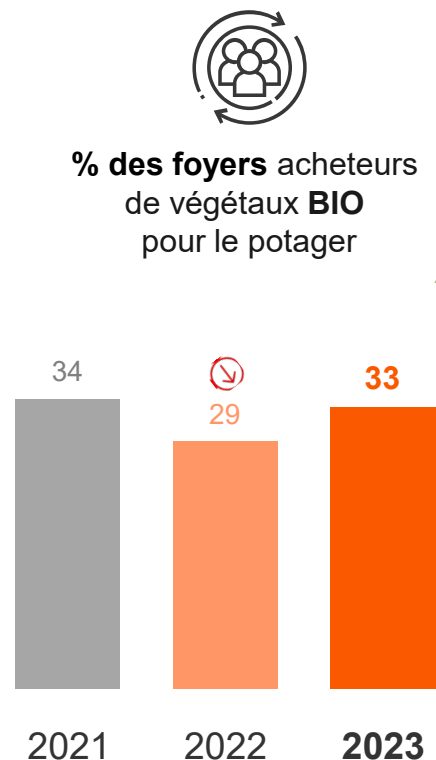


Base : achats de végétaux pour le potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

En déclaratif, 1 achat de végétaux pour le potager sur 5 est bio. Les quantités achetées sont en baisse cette année alors que les sommes dépensées augmentent, grâce à un montant moyen dépensé pour un végétal bio en hausse après plusieurs années de stabilité.

Pénétration et part de marché des achats de végétaux BIO pour le potager

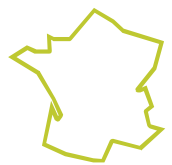



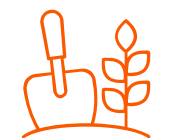



Base : foyers acheteurs de végétaux BIO pour le potager (2200)

Base : achats de végétaux pour le potager

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

A retenir, concernant les achats de végétaux d'extérieur (ornement et potager) en 2023...

	51%	des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur soit 14,7 millions de foyers , assez stable par rapport à 2022 (-1pt).
	22,9	ce sont les quantités moyennes de végétaux d'extérieur achetées par les foyers acheteurs, en baisse vs 2022 (-5,5 végétaux). Cette baisse se retrouve de façon similaire sur les végétaux d'extérieur d'ornement comme sur les végétaux pour le potager . Le budget dédié reste stable à 63€ .
	40%	des foyers ont acheté un végétal d'ornement à destination de l'extérieur, en légère décroissance par rapport à 2022 (-2pts). Les quantités achetées baissent d'environ -2,6 végétaux par foyer acheteur, alors que le budget dédié reste stable à environ 60€ .
	-26%	de quantités achetées dans les jardineries pour des végétaux d'extérieur d'ornement , et -6% en sommes dépensées. Les jardineries restent le circuit leader sur ce segment, mais leur part de marché continue de baisser, au profit de la grande distribution , particulièrement en volume.
	31%	des foyers ont acheté des végétaux pour le potager , un peu moins qu'en 2022 (-2pts). Le budget moyen reste stable à environ 25€ , mais les quantités moyennes baissent d'environ -4,6 végétaux par foyer acheteur.
	+2%	de sommes dépensées dans les libres-services agricoles pour des végétaux à destination du potager , pour -10% en volume. Les LISA résistent bien à la baisse globale en quantités, et passent co-leader en volume sur le segment, avec les jardineries.

**Le segment des
végétaux d'intérieur
résiste bien, mais reste
en tendance baissière
à cause d'une
diminution du nombre
de foyers acheteurs**



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR

3

En 2023, 49% des foyers français a acheté au moins un végétal d'intérieur, en baisse.
En revanche, les quantités moyennes achetées par foyer restent stables autour de 5 végétaux,
et le budget moyen s'élève à 63€, en hausse par rapport à 2022.

Les végétaux d'intérieur

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

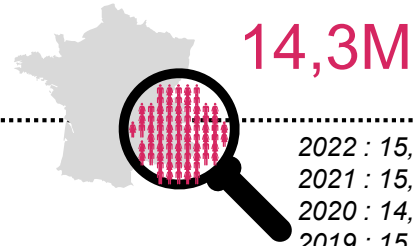


Taux de pénétration
% des foyers en France



2022 : 52%
2021 : 53%
2020 : 52%
2019 : 55%

Nombre de foyers
en millions



2022 : 15,0M
2021 : 15,2M
2020 : 14,7M
2019 : 15,5M

Quantité moyenne
en volume



5,3

par foyer acheteur

2022 : 5,3
2021 : 5,7
2020 : 5,3
2019 : 5,6

Budget moyen
en valeur



63,00€

par foyer acheteur

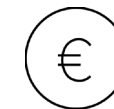
2022 : 60,20€
2021 : 65,80€
2020 : 58,20€
2019 : 58,30€



Volumes achetés

83,2M (-3%)

2022 : 86,2M (-10%)
2021 : 95,5M (+8%)
2020 : 88,2M (-12%)
2019 : 100,5M



Sommes dépensées

972,4M€ (-3%)

2022 : 998,9M€ (-10%)
2021 : 1 115,0M€ (+16%)
2020 : 964,4M€ (-11%)
2019 : 1088,2M€

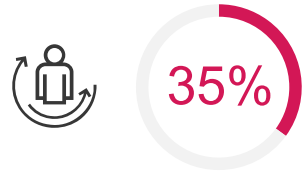


Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

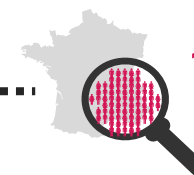
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers en France

La pénétration en nombre d'individus est assez stable : 35% des personnes de 18 ans et plus. Le profil est cette année plus équilibré, avec une part de sommes dépensées un peu plus importante chez les hommes, les jeunes, les CSP+, mais aussi les personnes à faible revenu.

Taux de pénétration individu

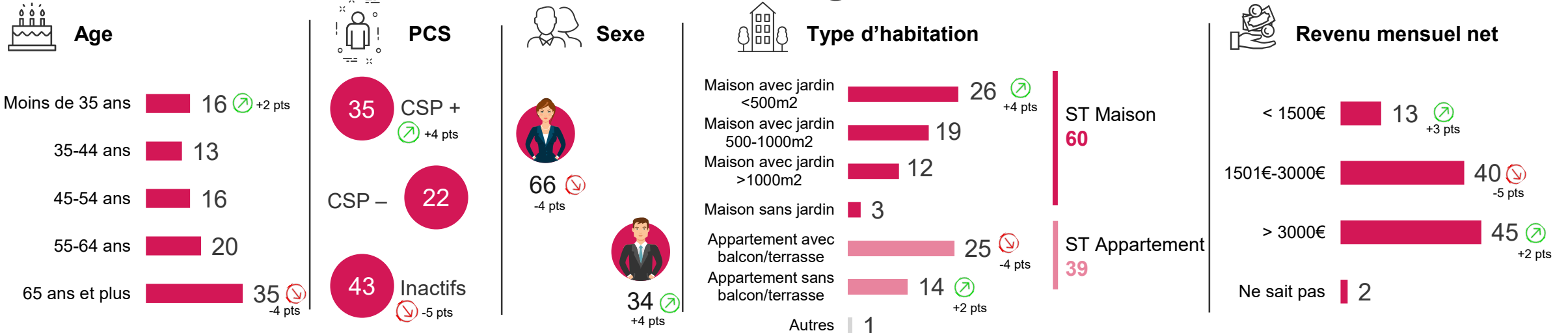


Taux de pénétration
% des individus de 18 ans et plus en France
2022 : 36%
2021 : 38% ↗
2020 : 35%



d'individus de 18 ans et plus
2022 : 19,6M
2021 : 19,4M
2020 : 17,6M

Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)

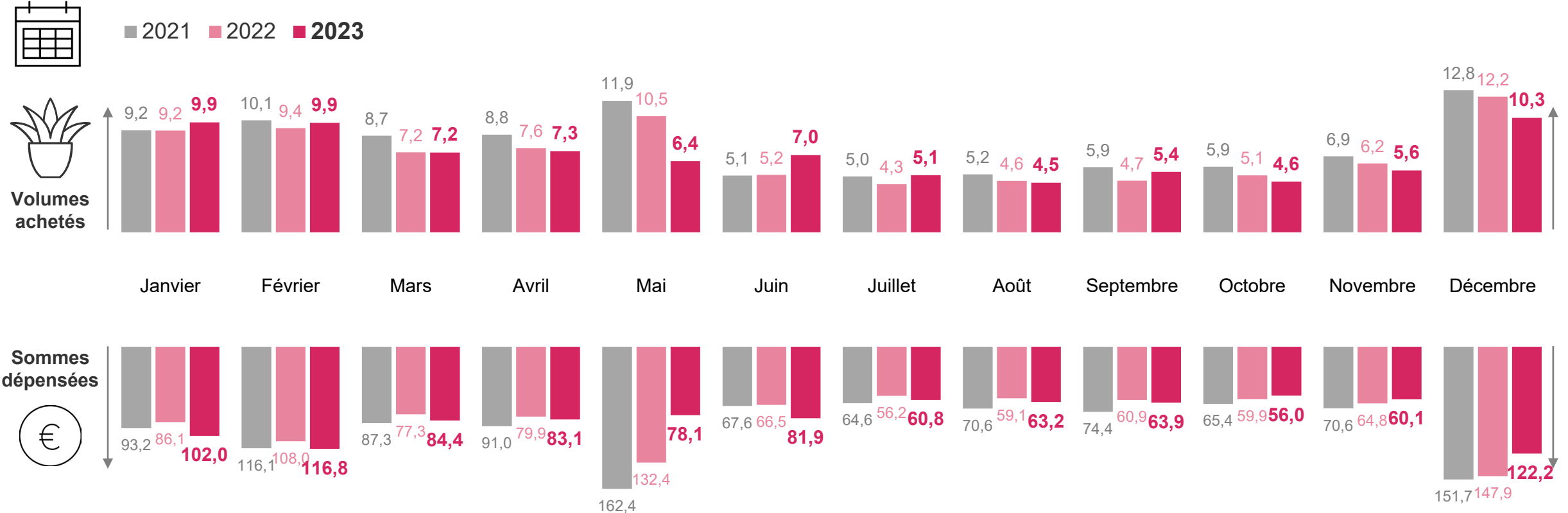


Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'intérieur (3458). En 2023, 51 504 612 individus de 18 ans et plus en France

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les achats de végétaux d'intérieur sont de plus en plus homogènes tout au long de l'année : les pics occasionnels du mois de mai et de décembre se lissent, avec des achats qui se reportent sur les mois suivants.

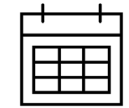
Quantités achetées et sommes dépensées par mois(en millions)



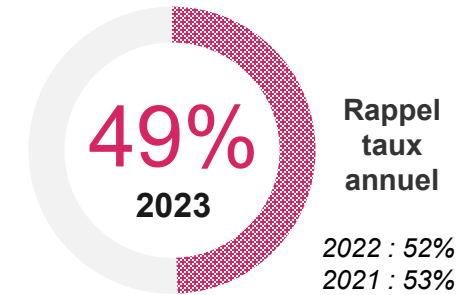
Base : achats de végétaux d'intérieur

Le taux de foyers acheteurs est plus élevée en hiver. En 2023 il y a eu moins d'acheteurs en mai et décembre et plus d'acheteurs en juin et janvier.

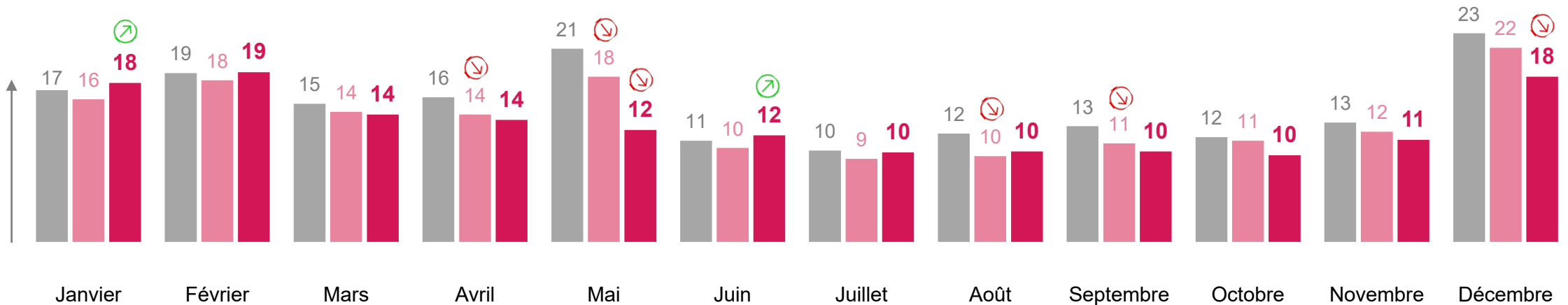
Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Foyers acheteurs



Base : ensemble des foyers

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

3.1

Les achats pour offrir et pour des occasions calendaires sont moins fréquents, alors que les achats pour des occasions personnelles restent stables

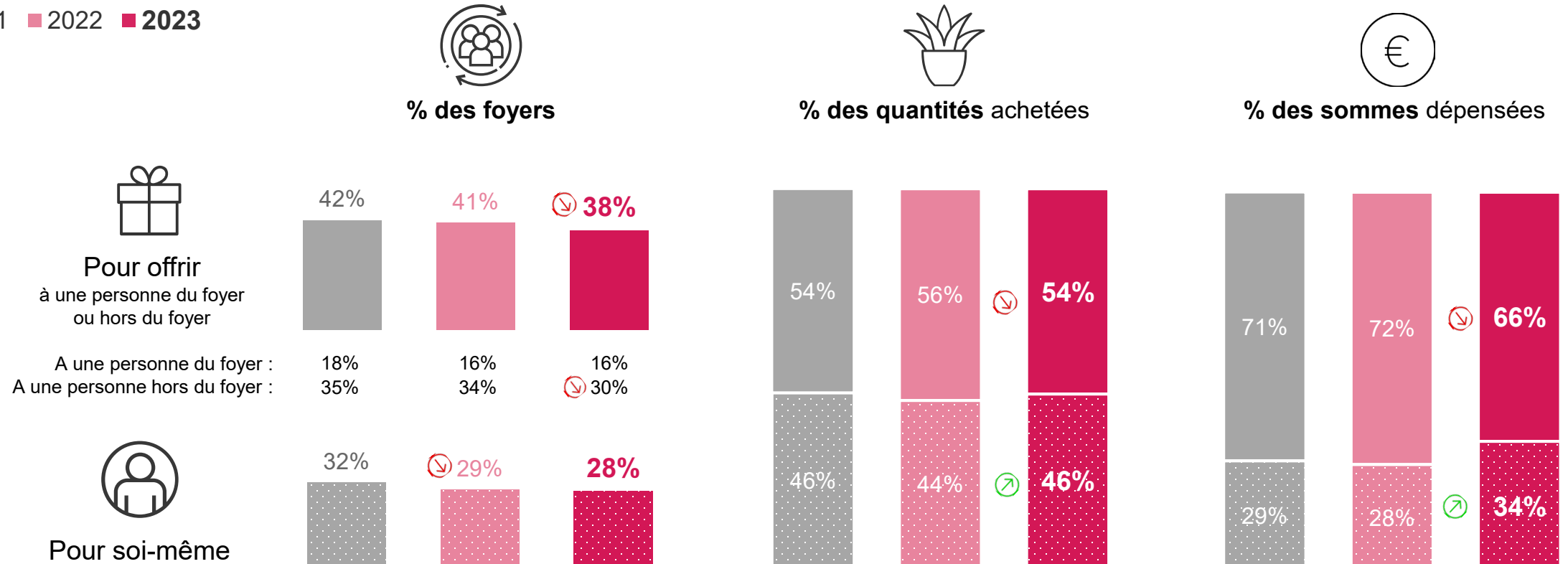


VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR

Les foyers achètent en majorité des végétaux d'intérieur pour offrir, notamment en sommes dépensées. Toutefois, ce type d'achat perd en importance notamment pour des personnes extérieures au foyer, au profit des achats pour soi-même, assez stables.

Pénétration et part de marché selon l'occasion d'achat

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



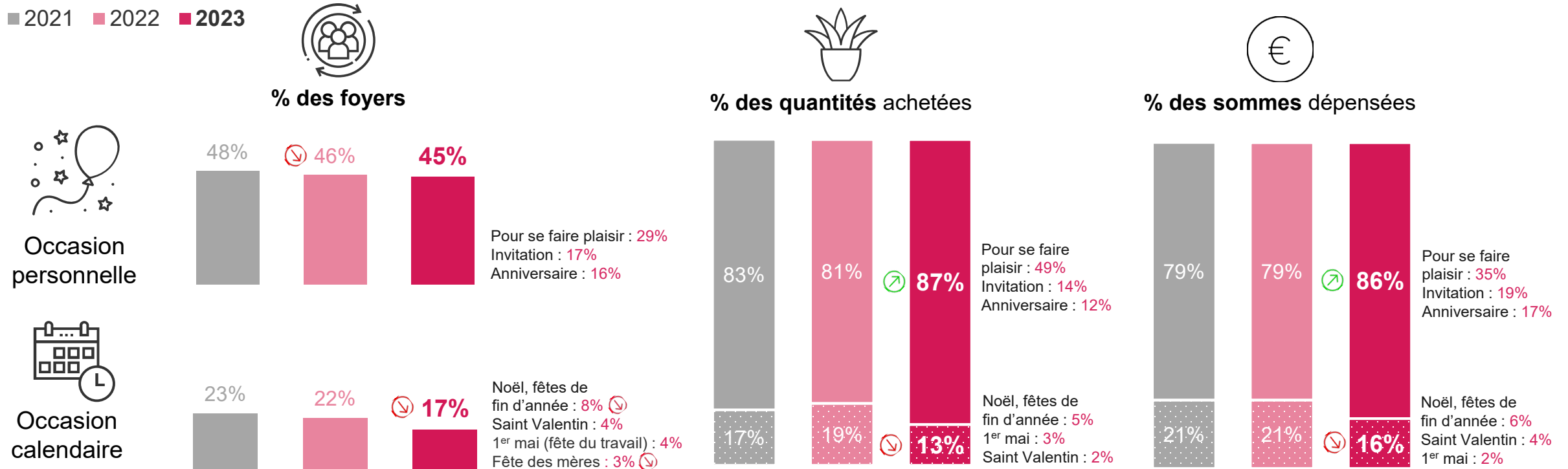
Base : ensemble des foyers acheteurs et achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Près de la moitié des foyers achètent des végétaux d'intérieur pour une occasion personnelle et principalement pour se faire plaisir. Moins de foyers réalisent des achats pour des occasions calendaires, avec une baisse des achats pour la fête des mères et les fêtes de fin d'année.

Pénétration et part de marché selon le motif d'achat

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Base : ensemble des foyers acheteurs et achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

3.2

Les fleuristes, principal acteur du marché en valeur, voient leur part de marché glanée par les jardineries et la grande distribution.



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR

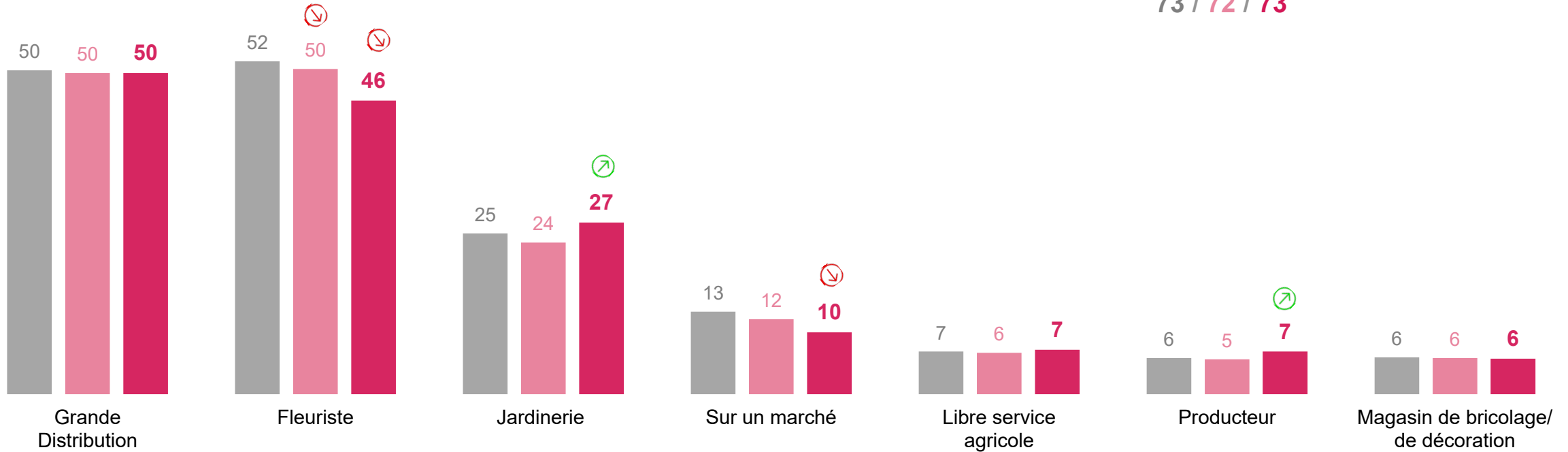


La pénétration des foyers acheteurs en jardinerie, troisième lieu d'achat, progresse tandis que celle des fleuristes, deuxième gros acteur du segment, diminue à nouveau, ainsi que celle des marchés. La grande distribution reste bien en tête.

Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



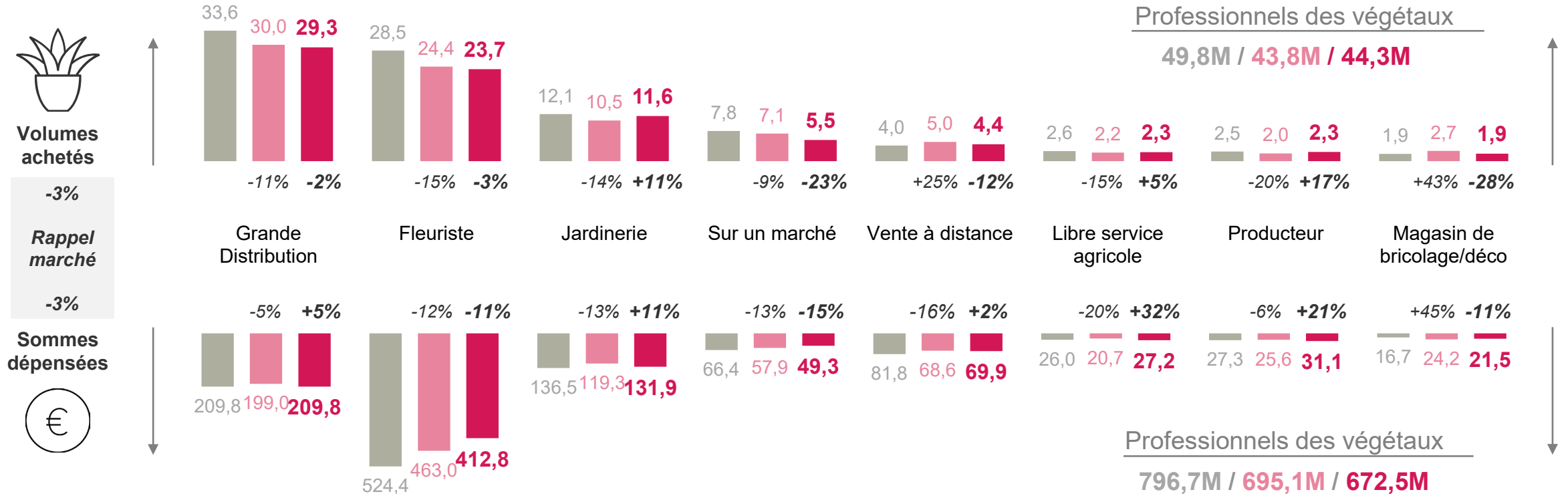
Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3458)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les fleuristes demeurent le plus gros lieu d'achat en sommes dépensées, malgré des baisses significatives depuis deux ans. La grande distribution résiste mieux et reste leader en volumes. Les jardinerie profitent d'une bonne progression en quantités et sommes dépensées.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'intérieur

-/+ x% : évolution vs année précédente

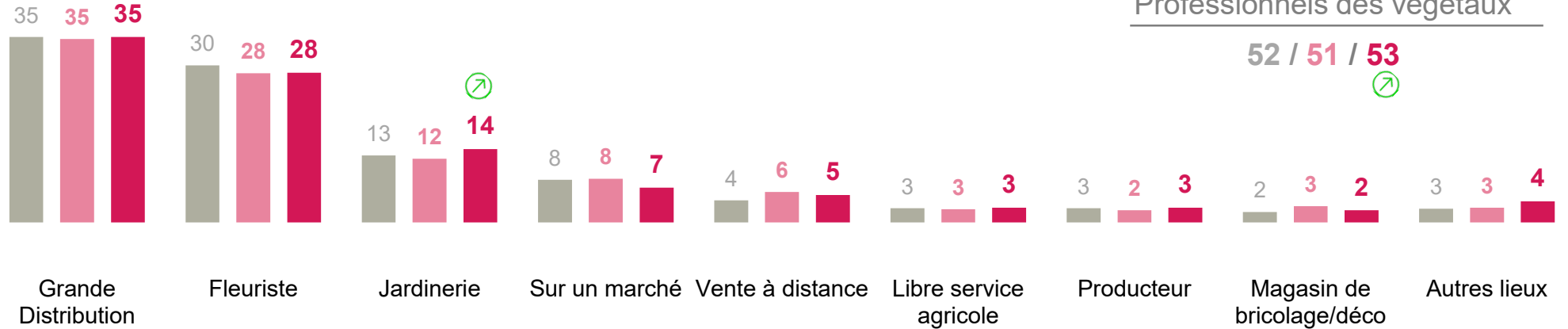
Le classement des parts de marché sont maintenus en volume et valeur. Plus de la moitié de quantités achetées ont lieu chez un professionnel du végétal, en progrès grâce aux jardineries. En valeur, la grande distribution et les jardineries glanent des parts de marché aux fleuristes.

Part de marché des lieux d'achats en % volume et en % valeur

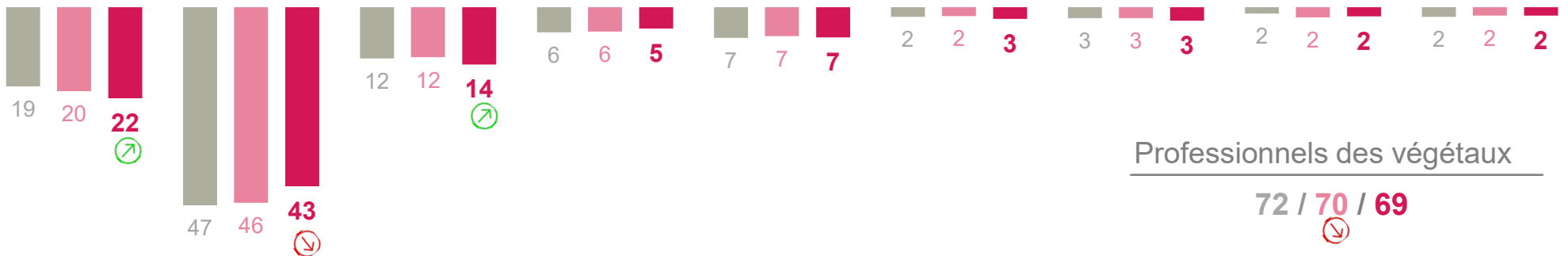
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Volumes
achetés



Sommes
dépensées



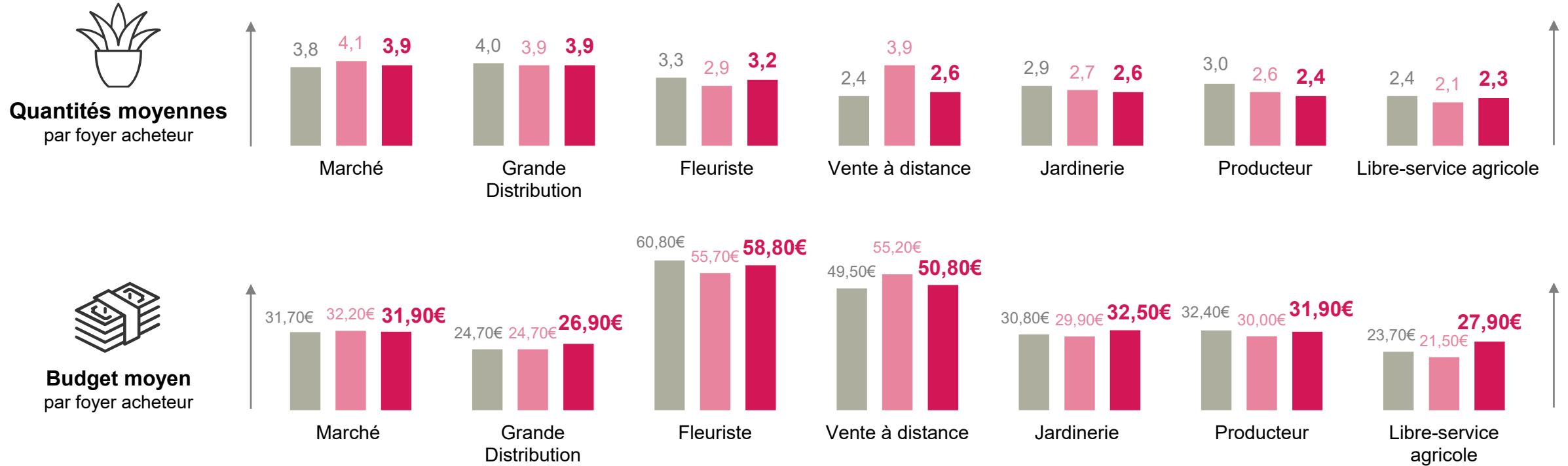
Base : achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les quantités moyennes par circuit sont dans l'ensemble assez stables. Le budget moyen par foyer tend à progresser dans la grande distribution, les jardineries et chez les fleuristes, qui avaient vu une baisse significative en 2022 et qui restent le lieu avec le plus haut budget moyen

Quantités moyennes et budget moyen par foyer acheteur dans le lieu d'achat

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur par type de canal (3458)

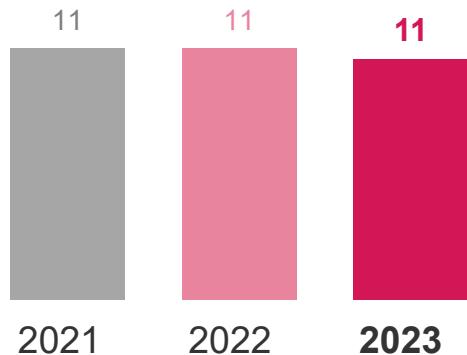
Le taux de foyers acheteurs et les parts de marché des achats par internet restent stables dans les dernières années. Les sommes dépensées, en apparence assez stables s'érodent, à cause d'un prix moyen d'achat un peu plus faible.

Pénétration et part de marché des achats sur internet

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



% foyers acheteurs de végétaux d'intérieur sur internet



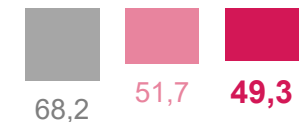
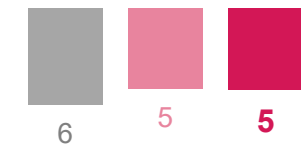
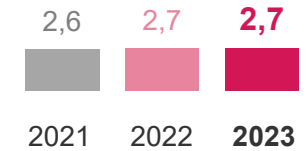
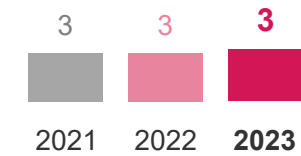
Volumes achetés

Sommes dépensées



% part de marché des achats sur internet

évolution des achats (en millions)



Soit en prix moyen par végétal :

Année	2021	2022	2023
Prix moyen par végétal (€)	26,30€	19,40€	18,60€

Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3458)

Base : achats de végétaux d'intérieur

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

A retenir, concernant les achats de végétaux d'intérieur en France en 2023...



49%

des foyers ont acheté un végétal d'intérieur soit **14,3 millions de foyers**, moins qu'en 2022 (-3pts).



63€

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'intérieur par les foyers acheteurs. Celui-ci progresse cette année (+2,80€), et demeure plus élevé qu'en 2019 et 2020. La quantité moyenne par foyer reste stable à **5,3 végétaux**.



-3%

de **sommes dépensées** pour des végétaux d'intérieur, générant une somme de 972,4M€. **-5%** en **volumes achetés**, soit 83,2M.



66%

des **sommes dépensées** sont consacrées à des achats **pour offrir**, moins importants qu'en 2022 (-6pts), notamment en liaison avec la baisse des achats calendaires pour la fête des mères de mai et les fêtes de fin d'année de décembre.



27%

des acheteurs fréquentent les **jardineries** pour l'achat de végétaux d'intérieur, en hausse (+3pts). **46%** fréquentent les fleuristes (-4 pts) et **50%** la grande distribution.



43%

des dépenses sont réalisées chez les **fleuristes**, part de marché un peu moins importante qu'en 2022, glanée par les jardineries (**14%**) et la grande distribution (**22%**).

Le segment du cimetière présente une tendance baissière liée à une diminution d'acheteurs à la Toussaint. Le segment des obsèques progresse en volumes.



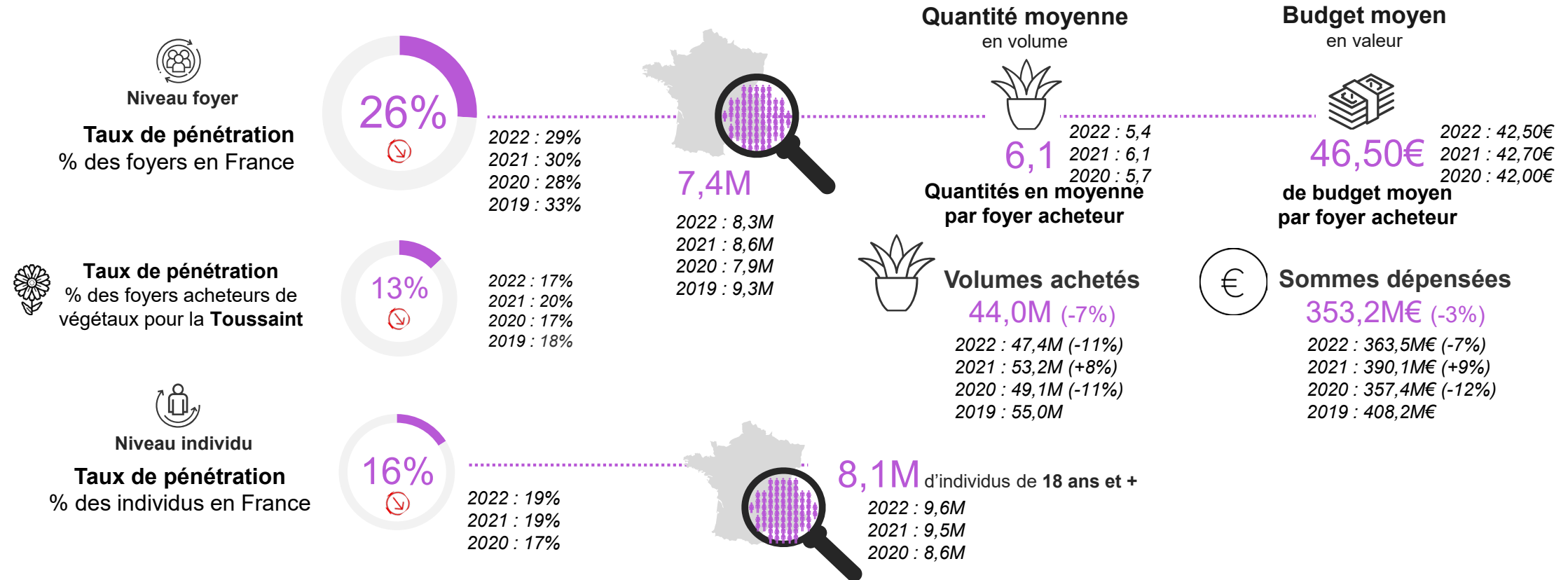
VÉGÉTAUX
POUR LE
CIMETIÈRE



VÉGÉTAUX
POUR LES
OBSÈQUES

4

Malgré une baisse du nombre de foyers acheteurs de végétaux pour le cimetière, représentant plus d'1 foyer sur 4, le niveau des sommes dépensées se stabilise (-3%) grâce à une hausse du budget moyen par foyer (+4€). Les quantités achetées ont été également un peu plus importantes.

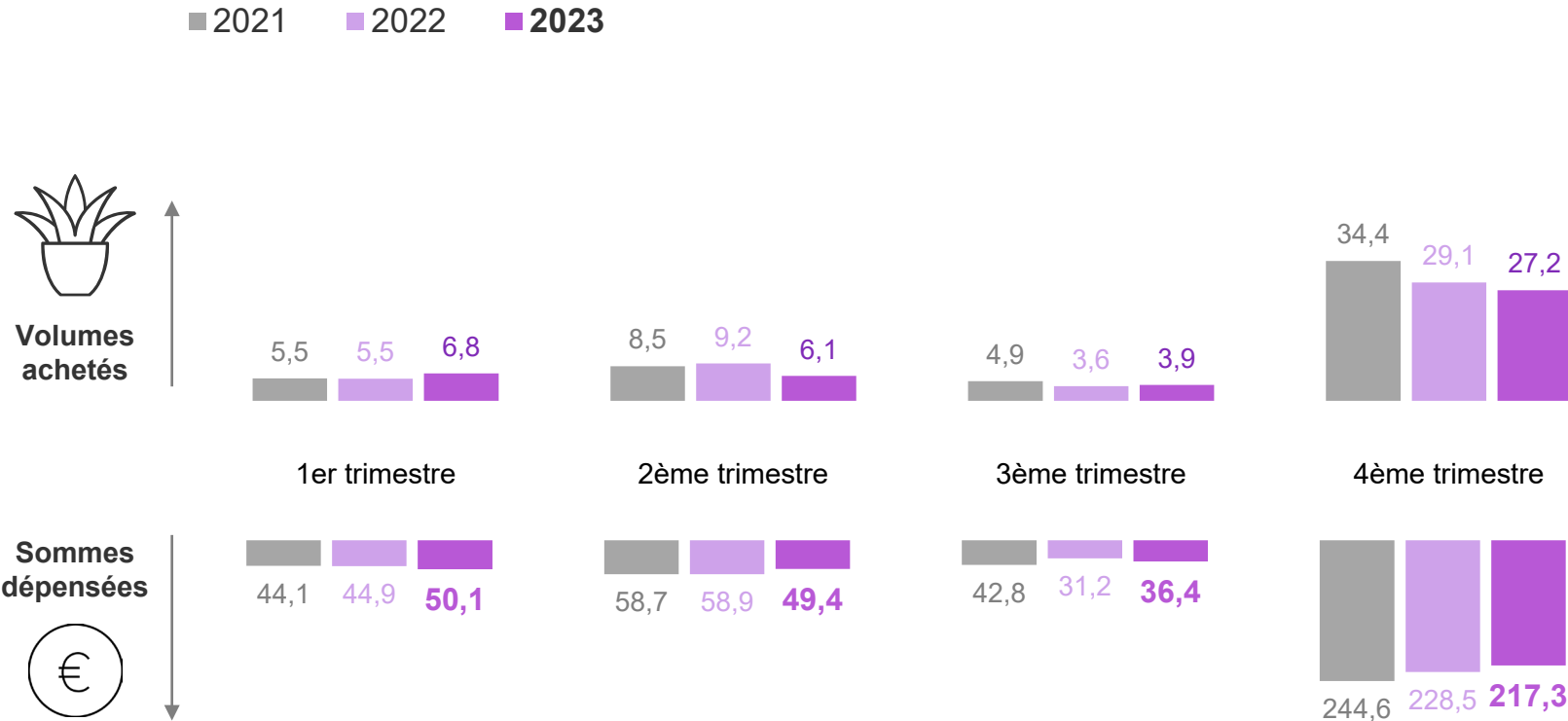


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers, 51 504 612 individus de 18 ans et plus, en France.

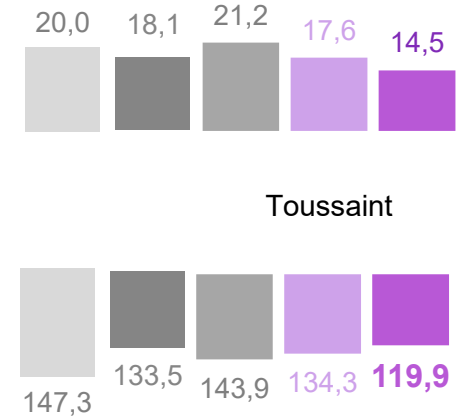
  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Près de deux tiers des achats de végétaux pour le cimetière en volume et valeur ont lieu au 4ème trimestre, dont environ un tiers à l'occasion de la Toussaint, occasion qui engendre moins d'achats depuis deux ans.

Evolution des volumes et sommes dépensées par trimestre (en millions)



	30 oct	31 oct	1 nov	2 nov
2019	Me	Je	Ve	Sa
2020	Ve	Sa	Di	Lu
2021	Sa	Di	Lu	Ma
2022	Di	Lu	Ma	Me
2023	Lu	Ma	Me	Je



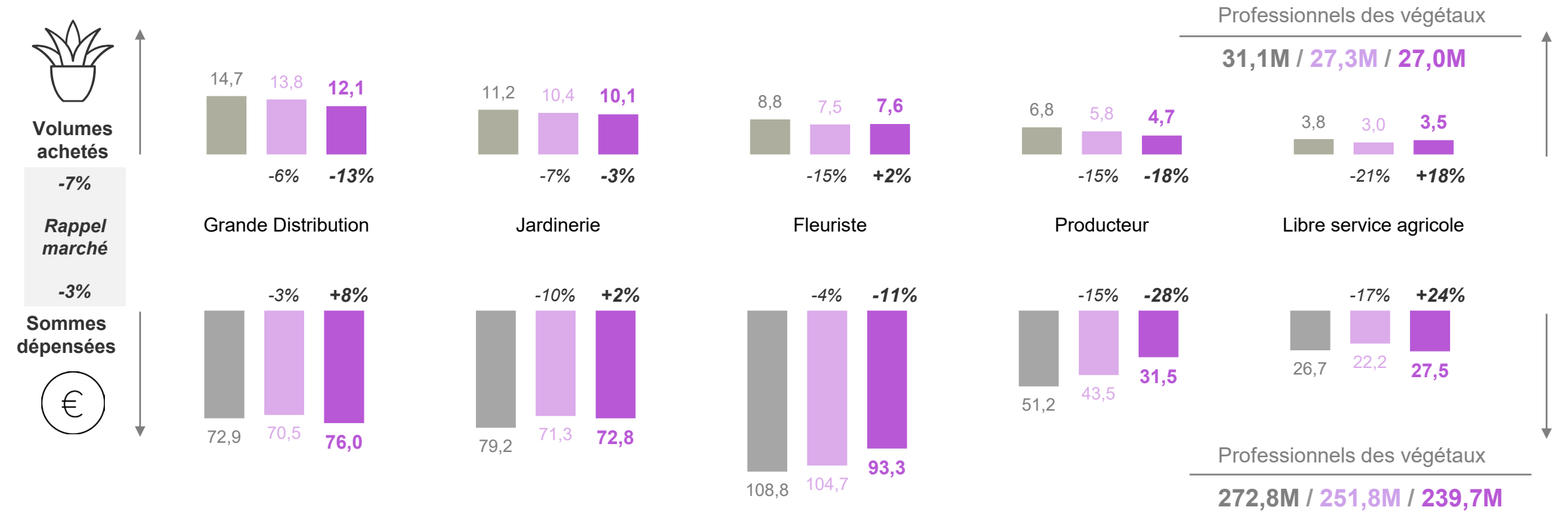
Base : achats de végétaux à destination du cimetière

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Des résultats par lieu d'achat contrastés : les quantités achetées en grande distribution et en jardinerie diminuent alors que ces circuits progressent ou sont stables en valeur. Les fleuristes maintiennent leurs volumes mais voient leurs résultats diminuer en sommes dépensées.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



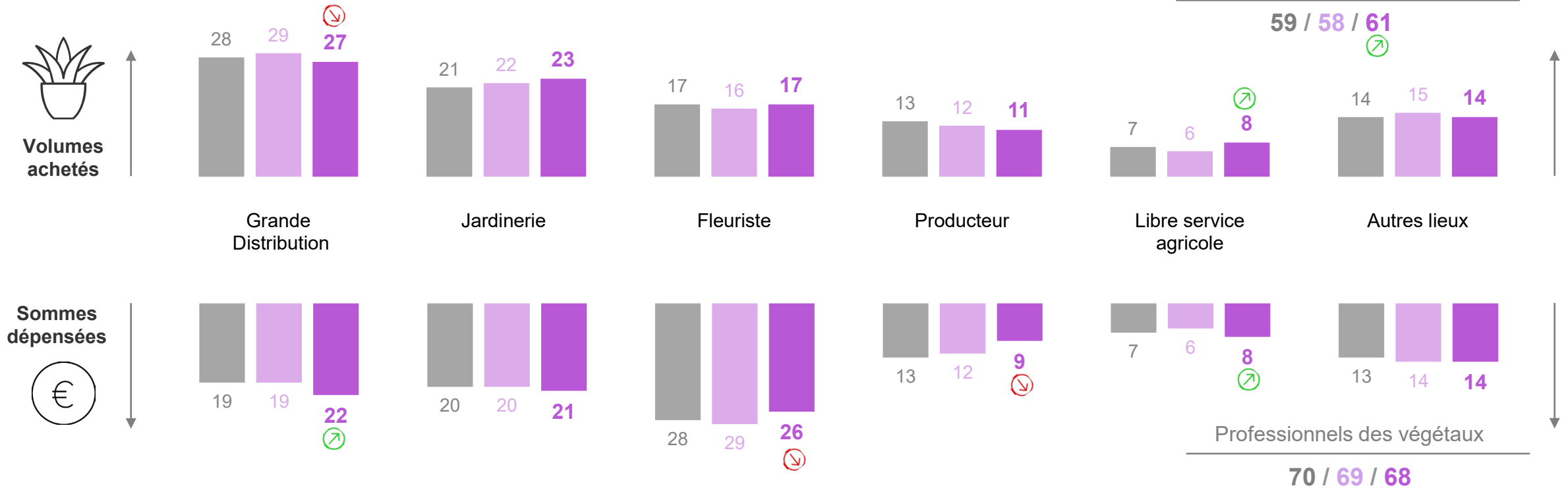
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux à destination du cimetière

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les fleuristes sont le premier lieu d'achat en sommes dépensées, challengés par la progression de la grande distribution, qui reste en tête en volume, suivi par les jardinerie puis des fleuristes.

Part de marché volume et valeur des lieux d'achats

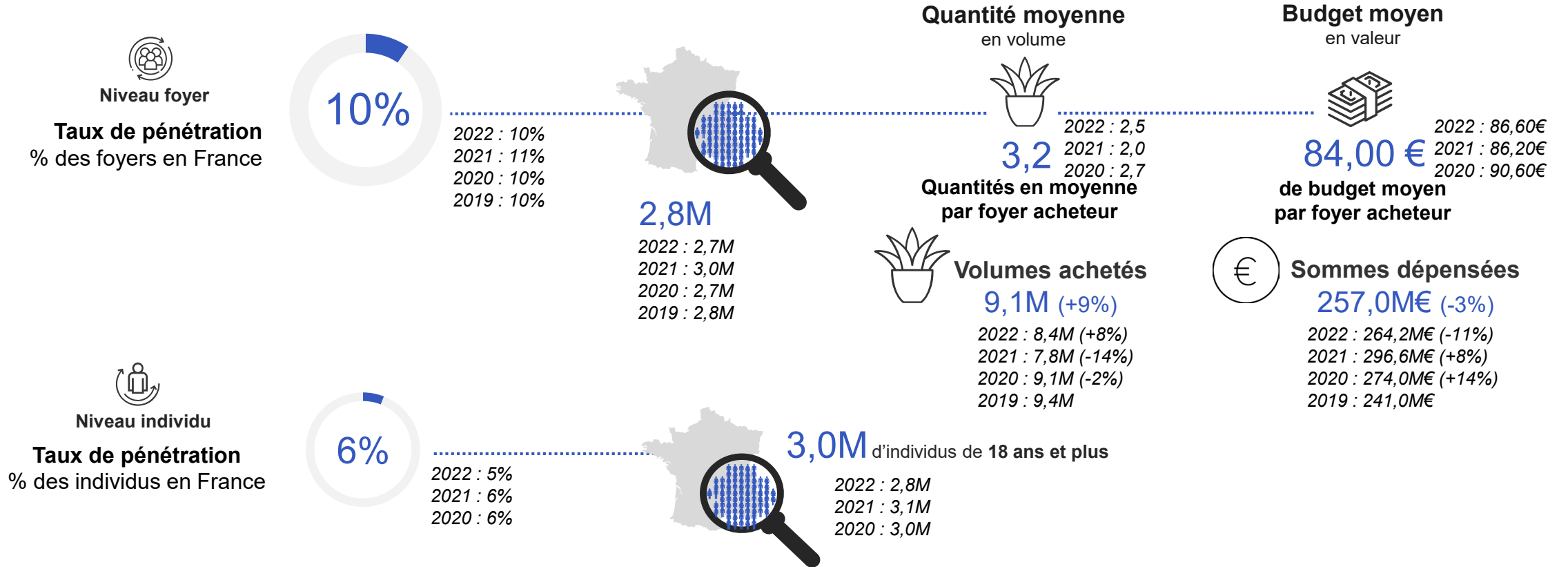
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Base : achats de végétaux à destination du cimetière

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Le segment des végétaux pour les obsèques affiche des évolutions un peu différentes : le marché continue de progresser en volume mais le budget moyen par foyer diminue légèrement, ce qui nivèle l'évolution des sommes dépensées.



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers. En 2023, 28 851 392 foyers ; 51 504 612 individus de 18 ans et plus, en France

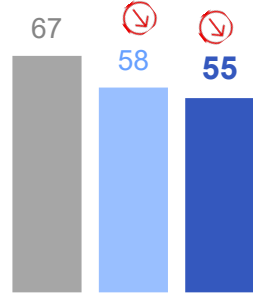
Les fleuristes conservent leur première place, malgré la baisse des achats en volume et en valeur, au profit de la vente à distance majoritairement.

Part de marché volume et valeur des lieux d'achats

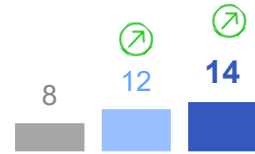
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Volumes achetés



Fleuriste



Vente à distance



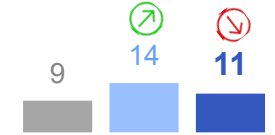
Jardinerie



Grande Distribution



Producteur

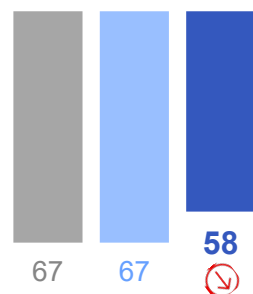


Autres lieux

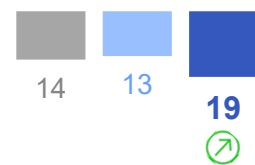
Professionnels des végétaux

89 / 91 / 86

Sommes dépensées



Fleuriste



Vente à distance



Jardinerie



Grande Distribution



Producteur



Autres lieux

Professionnels des végétaux

89 / 87 / 88

Base : achats de végétaux pour les obsèques

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

A retenir, concernant les achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques en 2023 ...



26%

des foyers ont acheté un végétal pour le **cimetière**, en baisse (-3pt). Cela entraîne une légère baisse du marché, contrebalancée par la hausse du budget moyen par foyer (+4€) et des quantités moyennes achetées par foyer (+0,7). Une décroissance à attribuer en partie à la diminution des acheteurs à l'occasion de la **Toussaint**.



26%

de part de marché pour les **fleuristes**, 1^{er} circuit en sommes dépensées. La **grande distribution**, en baisse, reste toujours le premier circuit en volumes (27%), suivi par les **jardineries** (23%) et les **fleuristes** (17%).



10%

des foyers ont acheté un végétal pour des **obsèques**, stable. Ce segment progresse en volume (+9%), mais reste plutôt stable en valeur (-3%), avec un budget moyen par foyer un peu moins élevé qu'en 2022 (-2,60€).



55%

de parts de marché en volume pour les **fleuristes**, une proportion en baisse et en faveur de la **vente à distance**. La part de marché en valeur baisse également mais reste dominante (58%).