

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● Octobre 2013

Le comportement des Français à la Toussaint

La baisse de fréquentation des cimetières observée depuis plusieurs années pourrait perdurer notamment en raison du choix d'opter pour des obsèques avec crémation (53 % en 2010 contre 19 % en 1978)¹.

La crise économique, la crainte de l'abandon de la sépulture, la mise à disposition de crématoriums et les disponibilités limitées dans de grandes agglomérations, sont autant de raisons qui expliquent le développement du nombre de crémations en France (31 % des obsèques en 2011). Le Credoc estime que cette croissance pourrait se poursuivre et atteindre en 2030 près de 50 % des obsèques.

Les achats de végétaux d'ornements

(Panel TNS SOFRES cofinancé par FranceAgriMer et Val'hor)

En 2012, la part des végétaux d'ornements destinés au cimetière et obsèques s'élève à 11 % des quantités achetées (- 9,3 % par rapport à 2011) et 27 % en sommes dépensées (- 1,1% par rapport à 2011) soit 857,5 millions d'euros. La saisonnalité des achats en volume est assez identique à 2011, hormis des meilleures performances en novembre 2012.

L'entretien des sépultures

La part de marché des achats consacrés à l'entretien des sépultures perd 1,4 point en quantité au profit des achats dédiés aux cérémonies funéraires, mais génère toutefois l'essentiel des volumes consacrés au cimetière et obsèques soit 87,4 %. En revanche, la part de marché des sommes dépensées, qui représente 59,6 % est en augmentation de 2,2 points.

Le cimetière

Les plantes fleuries représentent toujours l'essentiel des achats pour le cimetière. Les sommes dépensées augmentent aux dépens des compositions florales et des compositions de plantes.

¹ Source : Association française d'information funéraire

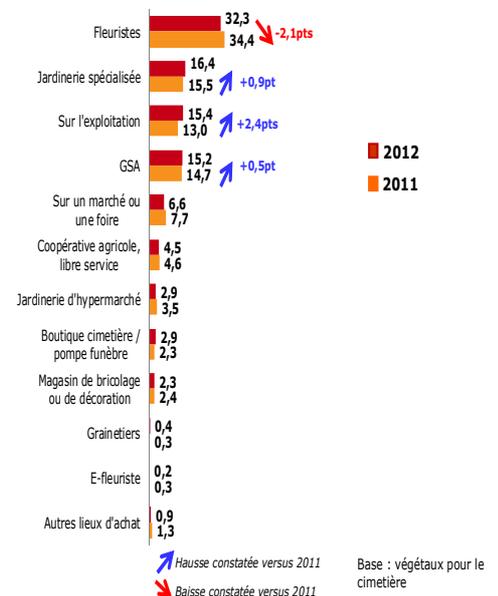
La part des sommes dépensées pour le cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire est en hausse et plus particulièrement chez les horticulteurs, pépiniéristes (+2,4 pts).

Part des sommes dépensées pour le cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire en 2011 et 2012

Cimetière et obsèques

Cimetière, jardin du souvenir, site cinéraire

En % de sommes dépensées



Les achats à l'occasion de la Toussaint

Sur la période de la Toussaint et notamment sur le cumul des mois d'octobre et novembre 2012, les sommes dépensées en végétaux d'ornement pour le cimetière sont en hausse de 1,9 % alors que les quantités achetées restent en baisse de 5 % par rapport à la même période en 2011.

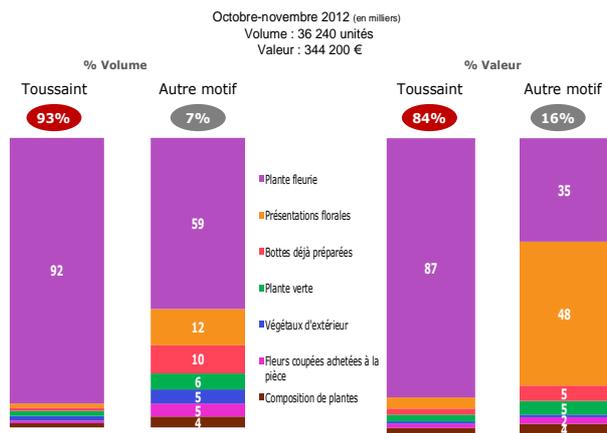
Quantités achetées		
Oct - Nov 2011	Oct - Nov 2012	Evolution 2012/2011
38 155	36 244	- 5,0%
Sommes dépensées		
Oct - Nov 2011	Oct - Nov 2012	Evolution 2012/2011
337 836	344 232	1,9%

Sur le cumul octobre et novembre 2012, 93 % des quantités achetées et 84 % des sommes dépensées ont été réalisées spécifiquement pour la Toussaint soit 289,4 millions d'euros.

Par ailleurs, l'essentiel de ces achats s'effectue en octobre (75 % des volumes et 74 % des sommes dépensées).

Un achat orienté vers les chrysanthèmes

Parmi les végétaux d'ornement pour le cimetière achetés à l'occasion de la Toussaint, on observe une large prédominance des plantes fleuries soit 92 % des quantités achetées et 87 % des sommes dépensées.

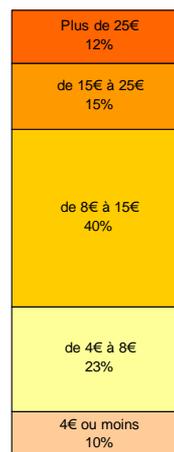


Base : végétaux pour le cimetière en octobre et en novembre

Sur le cumul des mois d'octobre et novembre 2012, on note que sur l'ensemble des plantes fleuries, 64 % des achats sont des chrysanthèmes, 10 % des Bruyères et 6 % des cyclamens.

En 2012, un tiers des chrysanthèmes ont été achetés à moins de 8 €.

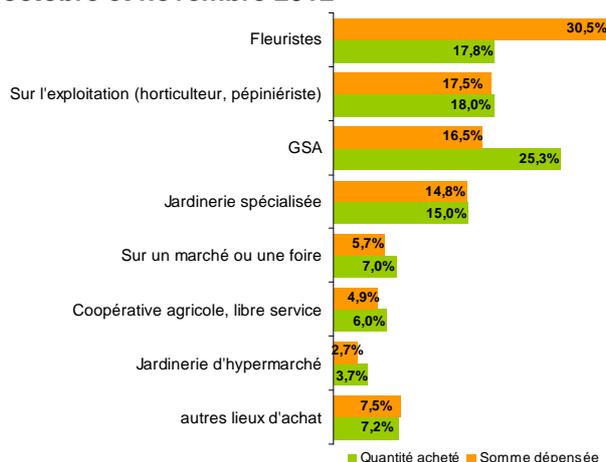
Les achats de chrysanthèmes par tranche de prix en 2012



Les lieux d'achats

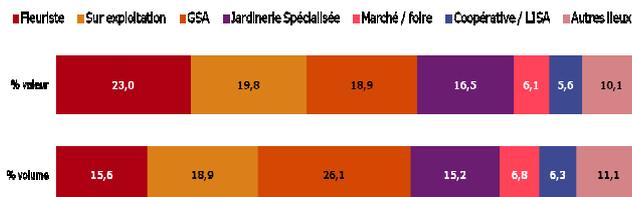
Toujours sur la période d'octobre et novembre 2012, la GSA (grande surface alimentaire) est en volume le premier lieu d'achat avec 25 % des quantités achetées ; en valeur les fleuristes sont prédominants avec 30 % des sommes dépensées.

Lieux d'achats des végétaux pour le cimetière en octobre et novembre 2012



A l'occasion de la Toussaint, horticulteurs et pépiniéristes, jardinerie spécialisée et GSA, ont été plus performants aux dépens des fleuristes, qui néanmoins conservent leur première place en part de marché en valeur.

Part de marché en valeur des différents lieux d'achat à l'occasion de la Toussaint



Ont contribué à ce numéro : unité Culture et filières spécialisées / service Marchés et études de filières