

> DONNÉES STATISTIQUES

2009

FranceAgriMer



Végétaux d'intérieur

Achats des Français en 2009



FranceAgriMer



FranceAgriMer

Végétaux d'intérieur

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 /
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

Introduction

Méthodologie

Le marché

La consommation des particuliers en végétaux d'intérieur en 2009
Les catégories de végétaux, destinations et lieux d'achat de 2007 à 2009
Les sommes moyennes dépensées par acte d'achat
La saisonnalité des achats
La consommation par région

Les produits

Evolution de la part des différentes catégories de produits depuis 2007
Evolution des achats par produits depuis 2007
Les plantes fleuries en pot
Les plantes vertes ou grasses en pot
Les fleurs coupées vendues à la pièce ou en botte
Les fleurs coupées vendues à la pièce
Les bottes de fleurs
Les coupes et les compositions florales
Les bonsais
Les fleurs séchées

La destination des achats

Les lieux d'achat

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

Les acheteurs

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

Les produits horticoles, et notamment les végétaux d'intérieur sont caractérisés par l'importance du marché des particuliers. Ces végétaux se comptent par milliers d'espèces. C'est un marché difficile à évaluer car à la diversité des espèces s'ajoutent la complexité des circuits de distribution. Seul un panel de consommateurs permet d'appréhender ce marché.

Cependant, le panel a ses limites :

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

Les produits étudiés

- les plantes fleuries en pot,
- les plantes vertes en pot,
- les fleurs coupées, d'une espèce ou de plusieurs espèces,
- les bottes déjà préparées, d'une espèce ou de plusieurs espèces,
- les coupes ou bacs de plantes,
- les compositions florales ou assemblages,
- les bonsais,
- les fleurs séchées.

Sont analysés notamment :

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

Méthodologie

L'échantillon

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

Date et réalisation de l'enquête

L'enquête est réalisée par voie postale dans le cadre de l'index d'achat mensuel. Un questionnaire est envoyé chaque fin de mois aux 10 000 individus du panel. Chaque panéliste de TNS Sofres doit y décrire ses achats.

Des résultats extrapolés

L'échantillon étant représentatif de la population française, les résultats sont multipliés par un coefficient multiplicateur d'extrapolation égal au nombre d'individus INSEE / 10 000 individus TNS Sofres. Ce coefficient change chaque année. En 2009, il s'élève à 5 043.

Les unités

On entend par acte d'achat :

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

Le marché

La consommation des particuliers en végétaux d'intérieur en 2009

En 2009, les achats des particuliers en végétaux d'intérieur se sont élevés à :

203,4 millions d'entités *

2,3 milliards d'euros

** Une entité = un bouquet, une botte, un pot, une plante,....*

Soit une progression de + **4,6 % en volume** et de + **2,4 % en valeur** par rapport aux résultats de l'année 2008.

Les progressions constatées en volume et en valeur sont essentiellement dues aux plantes fleuries (+ 12 % en volume et + 7,9 % en valeur).

Les bottes de fleurs et les compositions florales ont diminué en volume et progressé en valeur.

Les coupes et bacs de plantes ont légèrement progressé en volume et en valeur.

Les plantes vertes et les fleurs coupées ont régressé en volume et en valeur.

L'augmentation des achats en volume comme en valeur a touché tous les lieux d'achat, à l'exception des GMS et grainetiers.

Les achats pour offrir sont en diminution. Ceux pour soi-même et ceux pour le cimetière ou le deuil progressent.

Les catégories de végétaux, destinations et lieux d'achat de 2007 à 2009

♦ *En sommes dépensées*

	Sommes dépensées (millions d'euros)			Évolution (en %)
	2007	2008	2009	2009 VS 2008
Plantes fleuries	814	814	878	7,9
Plantes vertes ou grasses	81	86	83	-4,4
Fleurs coupées à la pièce	328	320	265	-17,3
Bottes toutes préparées	501	492	507	3,0
Coupes et bacs de plantes	156	145	147	1,2
Compositions florales	375	350	386	10,4
Bonsaïs	13	14	10	NS
Fleurs séchées	6	5	3	NS
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
Pour soi	413	404	420	4
Pour offrir	1274	1261	1197	-5,1
Pour le cimetière ou le deuil	588	563	663	17,9
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
Fleuristes	1231	1191	1228	3,1
Détaillants de marché	162	159	167	5,4
Sur l'exploitation	125	125	142	14,2
GMS, Supérettes, Hard discounters	338	332	311	-6,5
Jardineries (spécialisées et d'hyper)	295	301	302	0,5
Grainetiers	29	26	24	-7
Grande surface de bricolage	27	28	30	6,9
Autres lieux	69	64	75	16,4
ENSEMBLE DU MARCHÉ	2275	2227	2280	2,4

NS : non significatif (base d'observation faible)

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

♦ *En entités**

	Entités (milliers)			Évolution (en %) 2009 VS 2008
	2007	2008	2009	
Plantes fleuries	94 110	93 597	104 795	12
Plantes vertes ou grasses	7 372	7 850	7 716	-1,7
Fleurs coupées à la pièce	20 180	19 632	18 405	-6,2
Bottes toutes préparées	57 546	57 290	57 012	-0,5
Coupes et bacs de plantes	6 425	6 342	6 372	0,5
Compositions florales	9 221	8 853	8 301	-6,2
Bonsaïs	631	588	595	NS
Fleurs séchées	358	297	228	NS

Pour soi	58 691	57 054	59 999	5,2
Pour offrir	88 604	90 333	90 007	-0,4
Pour le cimetière ou le deuil	48 547	47 062	53 418	13,5

Fleuristes	69 741	70 781	73 171	3,4
Détaillants de marché	22 214	21 759	23 344	7,3
Sur l'exploitation	11 982	11 826	14 567	23,2
GMS, Supérettes, Hard discounters	50 147	49 657	48 638	-2,1
Jardineries (spécialisées et d'hyper)	29 691	29 384	31 159	6,0
Grainetiers	2 715	2 460	2 410	-2
Grande surface de bricolage	3 134	3 078	3 696	20,1
Autres lieux	6 216	5 504	6 439	17
ENSEMBLE DU MARCHÉ	195 482	194 449	203 424	4,6

NS : non significatif (base d'observation faible)

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

Les sommes moyennes dépensées par acte d'achat

<i>Sommes moyennes dépensées par acte d'achat (en euros)</i>	2007	2008	2009
Plantes fleuries	13,4	13,5	13,9
Plantes vertes ou grasses en pot	14,4	12,9	13,2
Fleurs coupées vendues à la pièce..	16,7	16,6	14,7
Bottes toutes préparées	11,2	11,1	11,8
Coupes ou bacs de plantes.....	25,9	26,7	27,9
Compositions florales	46,2	41,3	51,0
Bonsaïs	17,9	27,0	24,4
Fleurs séchées	16,2	12,7	15,8
Moyenne générale	15,2	15,3	15,9

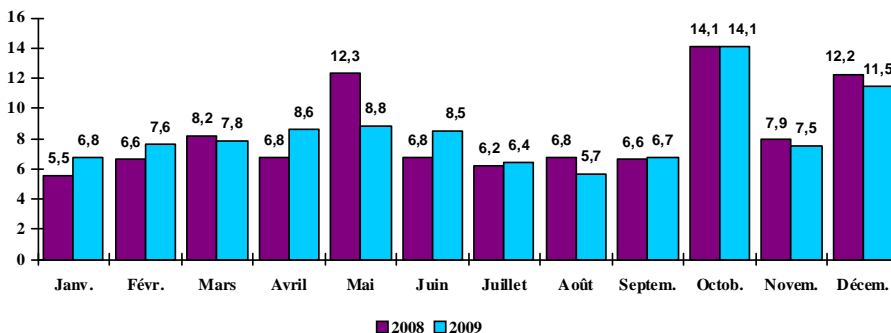
*L'achat est indépendant, ici, de la quantité achetée (au cours du même achat on peut, en effet, acquérir plusieurs pots, fleurs coupées vendues à la pièce ou en bottes).

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

En 2009, la dépense moyenne par acte d'achat a augmenté pour toutes les catégories à l'exception des fleurs coupées à la pièce (-1,9 €). Il a plus particulièrement augmenté pour les compositions florales (+ 9,7 €).

Calendrier d'achat

*Tous produits
en % des sommes dépensées*



La saisonnalité des achats de 2009 est semblable à celle des années où la fête des mères a lieu en juin (en 2008, fête des mères en juin).

La consommation par région

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

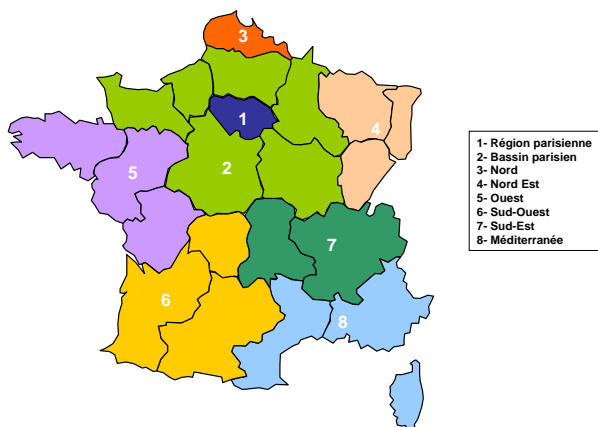
Somme moyenne dépensée en 2009 par individu de 15 ans et plus : 45,3 €.

Répartition par région en 2009

	Sommes dépensées par région (M €)	Rang en sommes dépensées	Consommation par individu (€)	Rang en consommation /individu
■ Région parisienne	440,4	1	51,1	2
■ Bassin parisien	419,1	2	46,7	3
■ Ouest	300,8	3	42,6	6
■ Sud-Est	281,4	4	46,1	5
■ Méditerranée	239,7	5	37,7	8
■ Sud-Ouest	223,8	6	39,6	7
■ Est	200,8	7	46,3	4
■ Nord	177,4	8	53,3	1

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

Définition des régions UDA8



Les produits

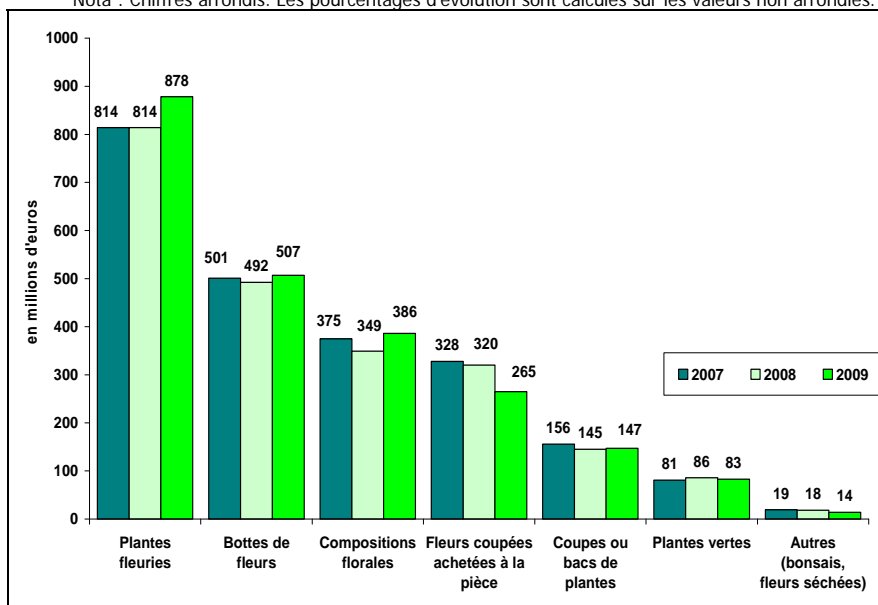
Evolution des achats par produit depuis 2007

En millions d'euros

	2007	2008	2009	Evolution en (%) 2009 VS 2008
Plantes fleuries	814	814	878	+7,9
Plantes vertes	81	86	83	-4,4
Fleurs coupées achetées à la pièce	328	320	265	-17,3
dont 1 espèce	190	173	153	-11,5
dont plusieurs espèces	138	147	112	-24,1
Bottes de fleurs	501	492	507	+3,0
dont 1 espèce	255	258	264	+2,5
dont plusieurs espèces	246	234	243	+3,5
Compositions florales	375	349	386	+10,4
Coupes ou bacs de plantes	156	145	147	+1,2
Autres (bonsaïs, fleurs séchées)	19	18	14	NS
Total	2275	2227	2280	+2,4

NS : non significatif (base d'observation faible)

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

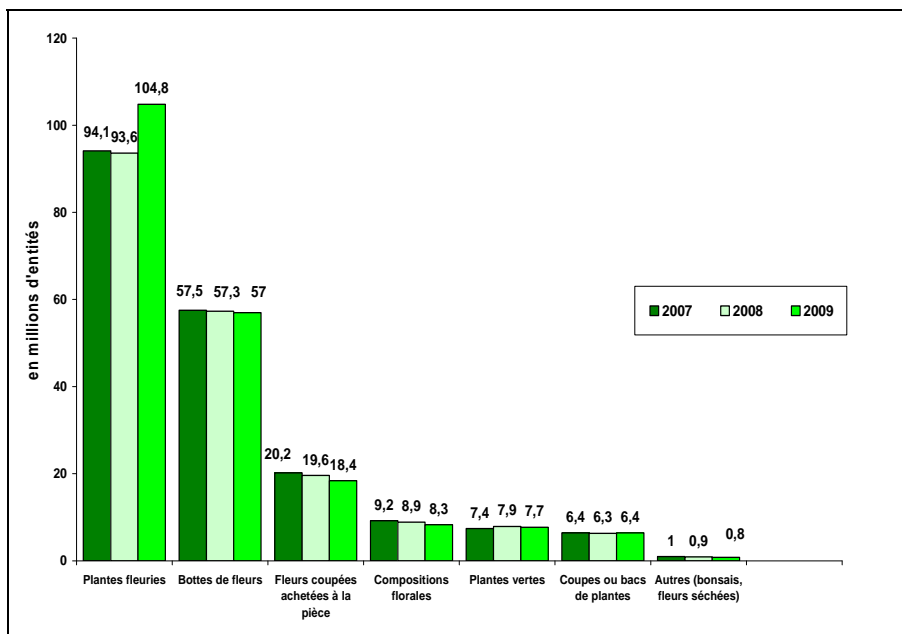


En millions d'entités

	2007	2008	2009	Evolution en (%) 2009 VS 2008
Plantes fleuries	94,1	93,6	104,8	+12,0
Plantes vertes	7,4	7,9	7,7	-1,7
Fleurs coupées achetées à la pièce	20,2	19,6	18,4	-6,2
dont 1 espèce	13,3	13	12,7	-2,0
dont plusieurs espèces	6,9	6,6	5,7	-14,5
Bottes de fleurs	57,5	57,3	57,0	-0,5
dont 1 espèce	32,2	37,1	36,3	-2,0
dont plusieurs espèces	25,3	20,2	20,7	+2,3
Compositions florales	9,2	8,9	8,3	-6,2
Coupes ou bacs de plantes	6,4	6,3	6,4	+0,5
Autres (bonsais, fleurs séchées)	1	0,9	0,8	NS
Total	195,8	194,4	203,4	+ 4,6

NS : non significatif (base d'observation faible)

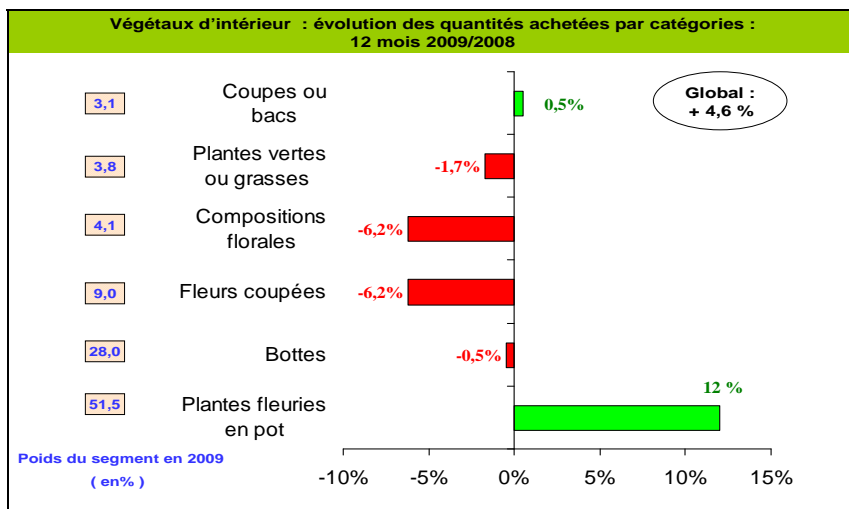
Nota : Chiffres arrondis. Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.



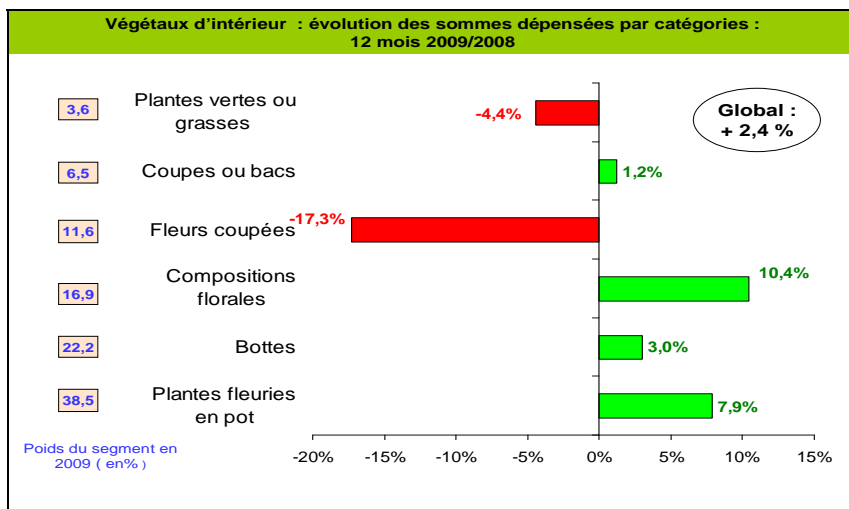
Evolution 2009/2008

Les évolutions sont à apprécier au regard du poids respectif de chaque segment.

Quantités achetées (évolution en %)



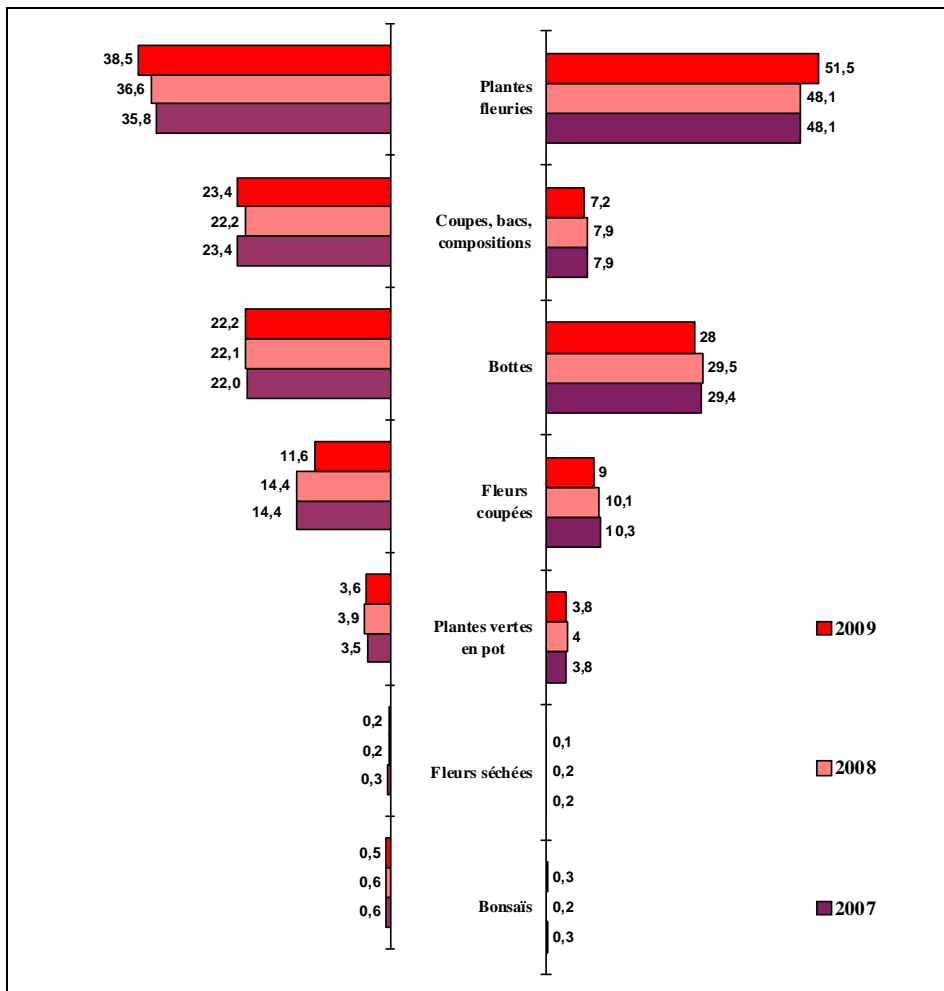
Sommes dépensées (évolution en %)



Evolution de la part des différentes catégories de produits depuis 2007

Sommes dépensées en %

Entités en %



LES PLANTES FLEURIES EN POT

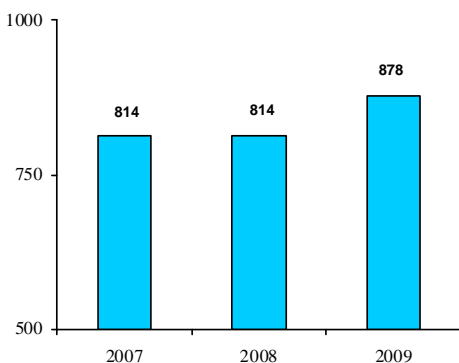
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les plantes fleuries en pot représentent :

- 38,5 % des sommes dépensées,
- 51,5% des entités.

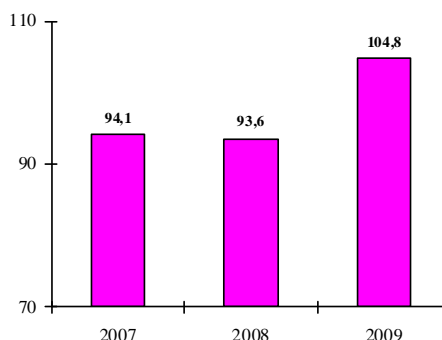
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Plantes fleuries	878	38,5	+ 7,9	104,8	51,5	+ 12,0
ENSEMBLE DU MARCHÉ	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



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



Progression marquée en volume et en valeur :

Les résultats 2009, 104,8 millions d'entités pour une dépense de 878 millions d'euros, sont en progression de **+ 12 % en volume** et de **+ 7,9 % en valeur** par rapport à 2008.

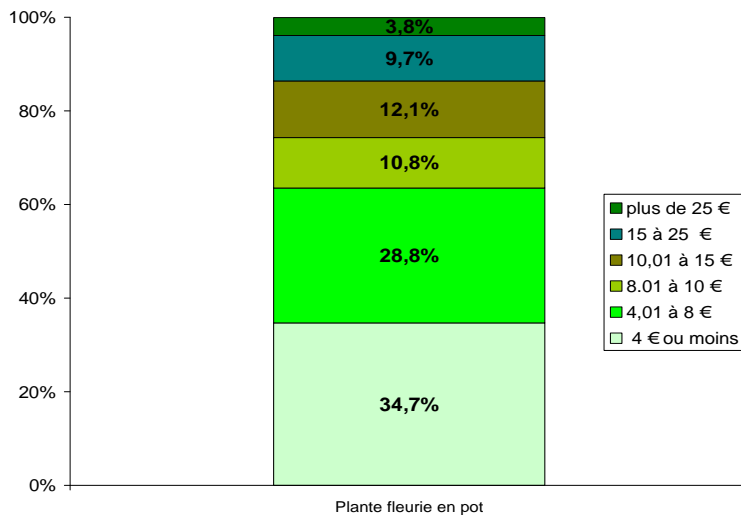
Les achats de chaque mois sont en progression à l'exception de mars, novembre et décembre.

Les chrysanthèmes sont en recul avec 23 % des volumes et 20,1 % des sommes dépensées. Les orchidées poursuivent leur progression avec 12,1 % des volumes et 22,3 % des sommes dépensées. Viennent ensuite les jacinthes, les cyclamens et les azalées.

Prix moyen d'achat

Prix moyen d'un achat de plantes fleuries en 2009 : 13,9 €.

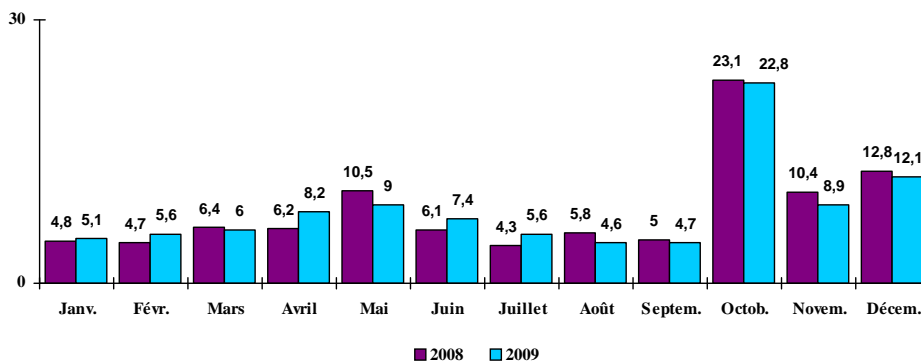
Prix moyen du pot en 2009 : 8,4 €.



C

alendrier d'achat

Evolution en % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	39,1	38,3	52,1	50,5	85,5	49,7	35,0	47,2	40,7	188,0	84,7	103,4
2009	45,1	49,0	52,7	72,3	78,9	65,3	48,9	40,3	41,4	200,2	78,1	106,3

En raison des achats de chrysanthèmes pour la Toussaint, octobre reste le mois le plus fort en matière d'achat de plantes fleuries avec 22,8 % des sommes dépensées.

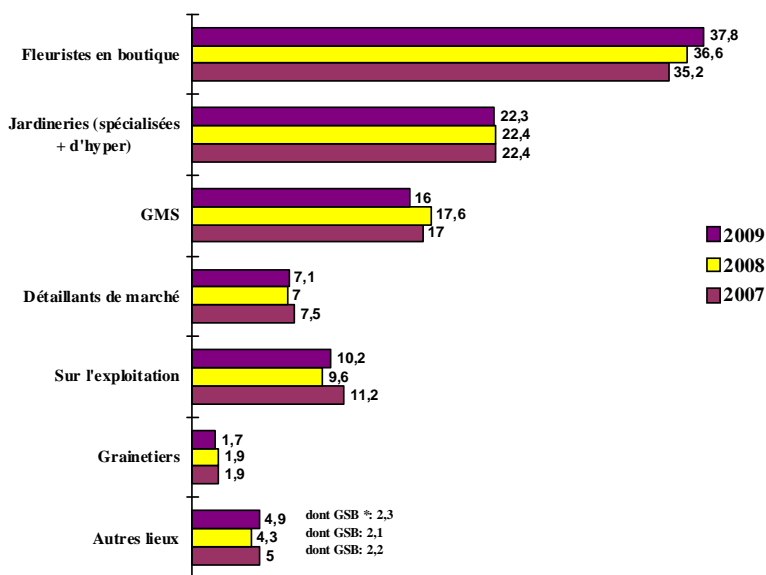
Destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	18,4	20,0	20,8	43,1	45,9	44,9	38,5	34,1	34,3
Entités en %	27,3	26,8	27,9	30,0	34,1	32,8	42,7	39,1	39,3

Entre 2008 et 2009, les parts de marché des achats pour offrir régressent de 1,3 point en volume et de 1 point en valeur. Les parts de marché des achats pour soi progressent de 0,8 point en volume et progressent de 1,1 point en valeur. Les parts de marché des achats pour le cimetière progressent de 0,2 point en volume et en valeur.

Lieux d'achat

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



* GSB : grande surface de bricolage

Les espèces de plantes fleuries

Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées			Nombre de pots achetés		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Chrysanthème	26,5	22,0	20,1	25,9	24,8	23,0
Orchidée.....	15,8	20,9	22,3	7,3	11,3	12,1
Azalée	6,7	6,1	5,5	4,5	4,7	4,1
Cyclamen	8,3	5,2	5,3	8,4	6,5	6,4
Jacinthe.....	4,7	4,4	4,3	7,7	8,0	7,3
Bégonia.....	4,2	3,0	3,3	3,7	3,2	3,3
Rosier.....	3,1	2,9	3,3	2,6	2,7	2,9
Hibiscus.....	2,7	2,5	1,7	1,3	1,4	1,0
Hortensia.....	2,5	2,4	2,3	1,3	1,3	1,4
Bruyère	3,1	1,9	2,1	3,7	2,9	3,5
Kalanchoé.....	3,4	1,9	2,6	3,7	2,5	3,0
Cactée.....	1,6	1,5	1,8	2,1	2,4	2,6
Poinsettia	2,1	1,5	1,7	1,7	1,9	1,7
Géranium.....	2,2	1,1	1,4	3,9	1,4	2,4
Primevère.....	1,4	1,1	1,0	3,2	2,8	2,3
Impatiens de Nouvelle Guinée	1,5	1,1	0,9	1,7	1,1	1,2
Saint-Paulia	0,6	0,6	0,3	0,9	0,7	0,5
Cinéraire.....	1,7	0,6	0,8	1,7	0,8	0,9
Gloxinia	0,2	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1
Bilbergia	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Autres espèces	7,5	19,9	19,1	14,5	20,6	23,6
dont Muguet	2,7	1,9	2,5	3,0	2,7	3,1
ENSEMBLE DU MARCHÉ	100	100	100	100	100	100

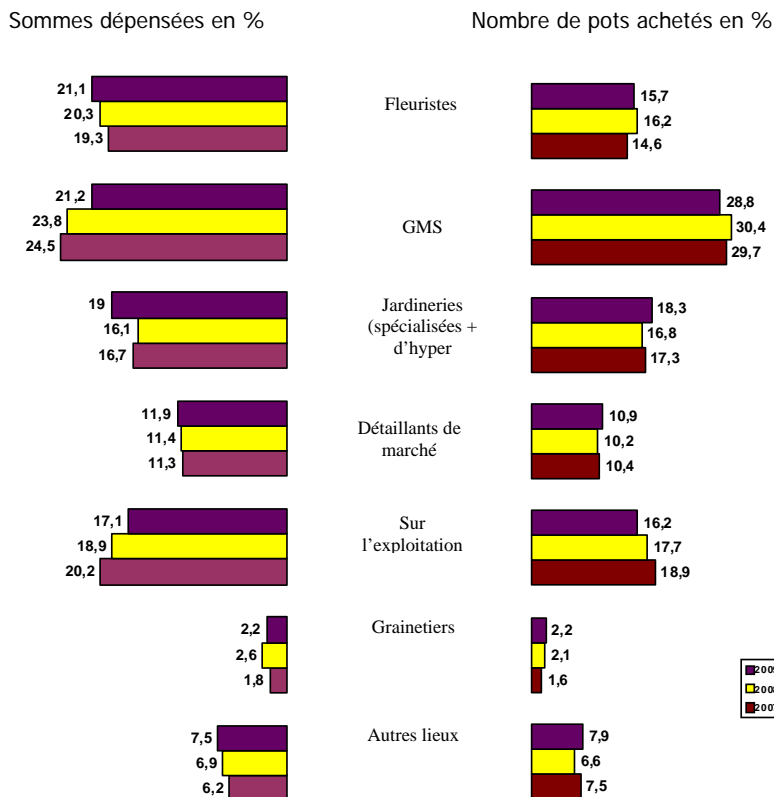
Les chrysanthèmes sont en recul avec 23 % des volumes et 20,1 % des sommes dépensées. Les orchidées poursuivent leur progression avec 12,1 % des volumes et 22,3 % des sommes dépensées. Viennent ensuite les jacinthes, les cyclamens et les azalées.

Les chrysanthèmes

Sur le marché des plantes fleuries, les chrysanthèmes représentent :

- 20,1% des sommes dépensées,
- 23 % des pots achetés.

Répartition des achats selon les lieux d'achat



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

En 2009, en volume, 28,8 % des achats sont faits en grande distribution (-1,6 point), 18,3 % dans les jardineries (+ 1,5 point), 16,2 % chez les producteurs (- 1,5 point), 15,7 % chez les fleuristes (- 0,5 point).

Répartition des achats selon la destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	1,8	1,7	1,5	0,6	0,7	0,7	97,7	97,7	97,8
Entités en %	3,1	2,8	2,8	0,6	0,6	0,7	96,3	96,6	96,7

Les orchidées

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

- 22,3 % des sommes dépensées,
- 12,1 % des pots achetés.

Répartition des achats selon les lieux d'achat

	Volume (en %)	Valeur (en %)
Fleuristes	37,6	50,5
Hyper/ Super/ Grand magasin/ Supérette	27,0	16,6
Jardineries	23,2	22,1
Sur l'exploitation	4,6	4,8
Détaillants de marché	2,7	1,5
Grainetiers	0,6	0,8
Autres lieux (dont GSB et LISA)	4,3	3,7

Répartition des achats selon la destination

	Pour soi	Pour offrir	Pour le cimetière
Sommes dépensées en %	22,8	76,4	0,8
Nbre de pots achetés en %	30,8	68,4	0,9

Les orchidées sont achetées en majorité pour offrir (76,4 % en volume et 68,4 % en valeur). Le circuit d'achat privilégié est le fleuriste pour 37,6 % des achats en volume et 50,5 % en valeur.

Les azalées

Sur le marché des plantes fleuries, les azalées représentent :

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

Répartition des achats selon les lieux d'achat

	Volume (en %)	Valeur (en %)
Fleuristes	36,8	47,7
Hyper/ Super/ Grand magasin/ Supérette	11,1	7,0
Jardineries	20,6	19,8
Sur l'exploitation	5,1	6,0
Détaillants de marché	14,5	11,1
Grainetiers	4,8	4,6
Autres lieux (dont GSB et LISA)	7,1	3,8

Les fleuristes restent leader sur le marché des azalées. Ils gagnent 0,7 point en volume et 2,6 points en valeur.

Répartition des achats selon la destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	22,2	24,4	25,4	60,8	62,4	60,0	17,0	13,1	14,6
Entités en %	28,1	30,1	27,2	53,7	54,8	56,4	18,2	15,1	16,3

Les cyclamens

Sur le marché des plantes fleuries, les cyclamens représentent :

- 5,3 % des sommes dépensées,
- 6,4 % des pots achetés.

Répartition des achats selon les lieux d'achat

	Volume (en %)	Valeur (en %)
Fleuristes	26,0	37,9
Hyper/ Super/ Grand magasin/ Supérette	19,9	14,0
Jardineries	25,6	22,0
Sur l'exploitation	11,8	12,1
Détaillants de marché	9,8	8,1
Grainetiers	2,3	1,8
Autres lieux (dont GSB et LISA)	4,6	4,1

En volume, la 1^{ère} place est partagée par les fleuristes et les jardineries. En valeur, ce sont les fleuristes qui se placent en tête.

Répartition des achats selon la destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	22,0	22,8	18,0	40,1	40,6	43,9	37,9	36,6	38,1
Entités en %	32,7	32,8	28,1	31,5	31,4	35	35,8	35,8	36,9

LES PLANTES VERTES OU GRASSES EN POT

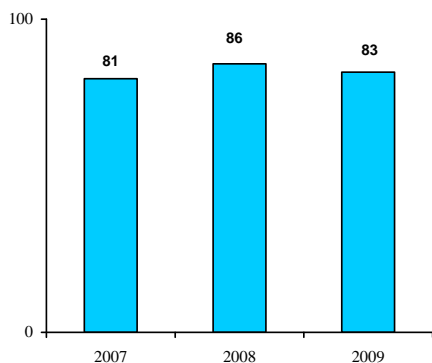
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les plantes vertes ou grasses en pot représentent :

- 3,6 % des sommes dépensées,
- 3,8 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Plantes vertes ou grasses	82,6	3,6	- 4,4	7,7	3,8	- 1,7
ENSEMBLE DU MARCHÉ	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées
(en millions d'euros)



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



Repli des quantités achetées et des dépenses :

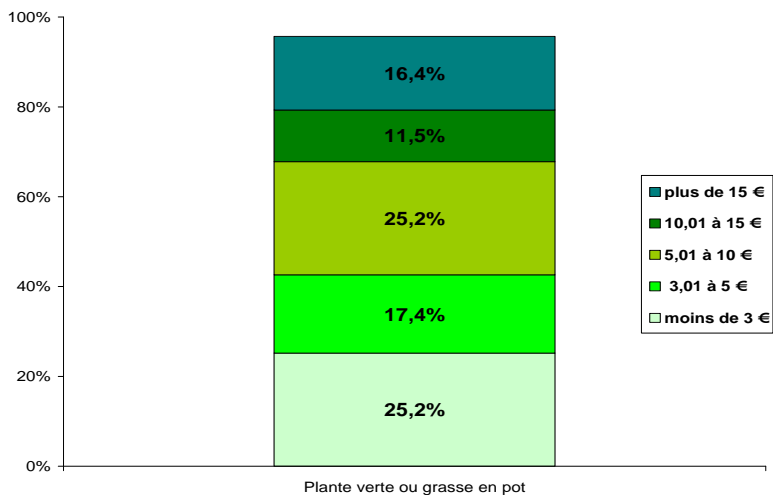
Ce segment est en diminution de **- 1,7 % en volume** (avec 7,7 millions d'entités) et de **- 4,4 % en valeur** (82,6 millions d'euros). Cette diminution a été plus particulièrement marquée pour les mois de février, mai, juillet et décembre.

Le ficus conserve la première place (13,6 % des volumes et 19,9 % des valeurs) devant le yucca (8,1 % des volumes et 11,2 % des valeurs).

Prix moyen d'achat

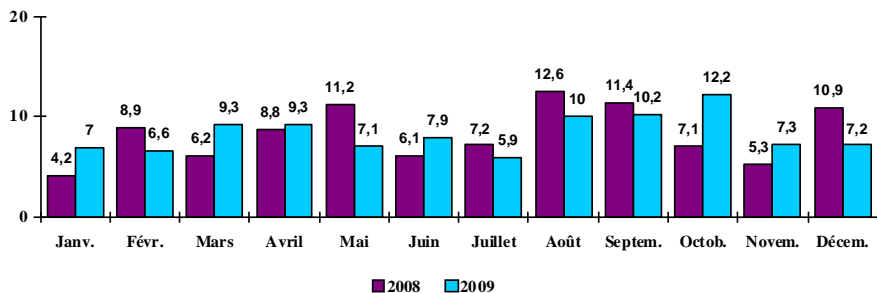
Prix moyen d'un achat de plantes vertes ou grasses en 2009 : 13,2 €.

Prix moyen du pot en 2009 : 10,7 €.



Calendrier d'achat

Evolution en % des sommes dépensées



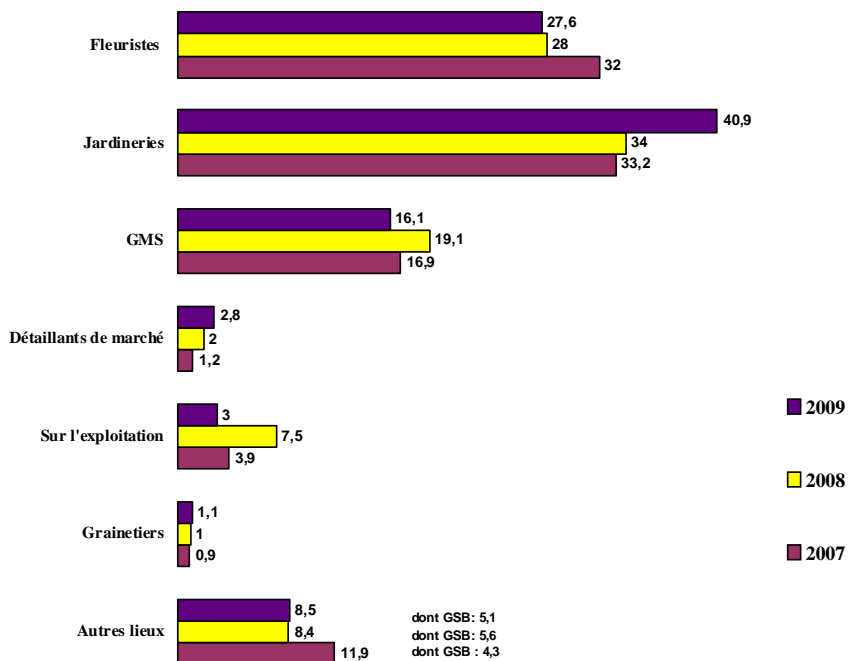
En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	3,6	7,7	5,4	7,6	9,7	5,3	6,2	10,9	9,8	6,1	4,6	9,4
2009	5,8	5,4	7,7	7,7	5,9	6,5	4,9	8,2	8,4	10,1	6,1	6,0

Destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	50,7	58,5	59,3	47,3	39,8	39,1	2,0	1,8	1,6
Entités en %	59,6	66,9	70,0	36,1	30,2	28,0	4,3	2,9	2,0

En 2009, les achats pour soi ont continué à progresser de + 3,1 points en volume à 70 % et de + 0,8 point en valeur à 59,3 %. A contrario, les achats pour offrir ont diminué de - 2,2 points en volume à 28 % et de - 0,7 point en valeur à 39,1 %.

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



Les jardineries progressent (+6,9 points de part de marché). Les fleuristes demeurent stables, les GMS régressent (- 3 points).

Les espèces de plantes vertes ou grasses

Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées			Nombre de pots achetés		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Ficus	16,2	20,1	19,9	12,7	16,8	13,6
Yucca	12,6	10,4	11,2	6,5	8,4	8,1
Caoutchouc	2,2	5,2	3,7	2,2	4,9	3,1
Lierre	2,3	2,6	2,2	6,0	3,8	4,0
Kentia.....	2,6	2,7	3,2	2,6	5,1	4,4
Dracaena.....	2,7	2,6	3,2	3,3	2,6	3,3
Croton.....	0,4	0,6	0,2	0,4	0,5	0,5
Schefflera.....	0,1	0,4	0,7	0,3	0,4	0,6
Dieffenbachia.....	0,1	0,1	0,7	0,3	0,1	0,5
Autres espèces	60,8	55,3	57,9	65,7	57,4	61,9
ENSEMBLE DU MARCHÉ	100	100	100	100	100	100

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

Le ficus conserve la première place (13,6 % des volumes et 19,9 % des valeurs) devant le yucca (8,1 % des volumes et 11,2 % des valeurs).

LES FLEURS COUPEES VENDUES A LA PIECE OU EN BOTTE

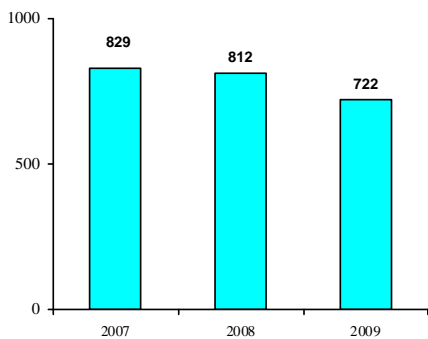
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les fleurs coupées à la pièce ou en botte représentent :

- 33,8 % des sommes dépensées,
- 37 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Fleurs coupées à la pièce	265	11,6	-17,3	18,4	9,0	-6,3
Bottes de fleurs	507	22,2	+3,0	57,0	28,0	-0,5
Sous total : Fleurs coupées à la pièce et en botte	722	33,8	-5,0	75,4	37,0	-2,0
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

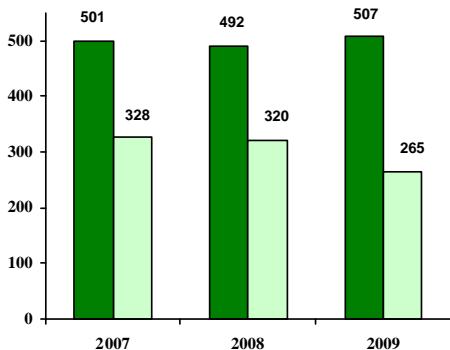
Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



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

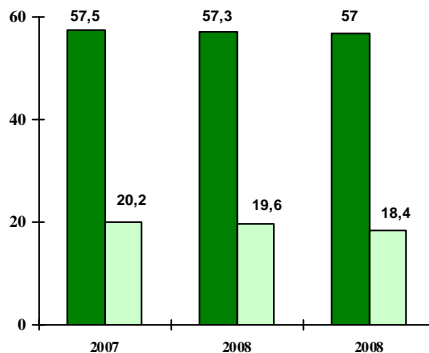


Evolution en sommes dépensées
(en millions d'euros)



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

Evolution en nombre
de bouquets vendus
(en millions)



■ Nombre de bottes en millions

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

En ce qui concerne les **fleurs coupées achetées à la pièce**, en 2009, 18,4 millions d'entités ont été achetées (en **repli de - 6,3 %**) pour une valeur de 265 millions d'euros (en **repli de -17,3 %**). En entités, la baisse est plus sensible pour les fleurs coupées plusieurs espèces (- 14,5 %) que pour les fleurs coupées une espèce (-2,0 %). Les dépenses se sont élevées à 153 millions d'euros pour les fleurs coupées une espèce (-11,5 %) et à 112 millions d'euros pour les fleurs coupées plusieurs espèces (- 24,1 %).

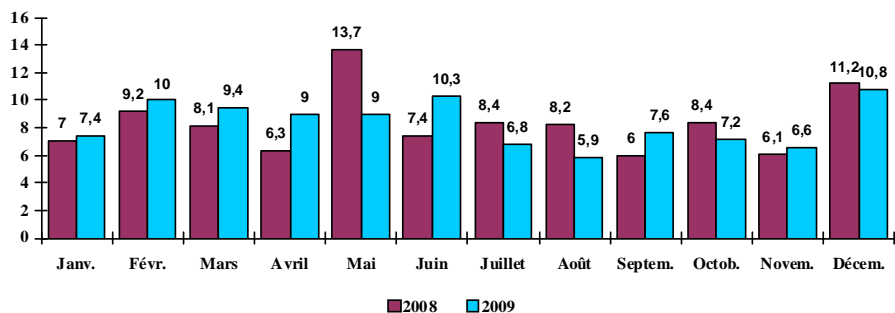
En ce qui concerne les **bottes toutes préparées**, les achats en volume sont en léger repli par rapport à 2008 avec 57 millions d'entités (**-0,5%**). En valeur, la progression est de **+ 3 %** avec 506,8 millions d'euros. Dans ce groupe, les bottes une espèce ont régressé en volume (- 2 %) et progressé en valeur (+ 2,5 %), tandis que les bottes plusieurs espèces ont progressé en volume (+ 2,3 %) et en valeur (+3,5 %).

Prix moyen d'achat

	euro
Fleurs coupées	14,4
1 espèce	12,0
plusieurs espèces	19,8
Bottes	8,9
1 espèce	7,3
plusieurs espèces	11,7

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

En % des sommes dépensées



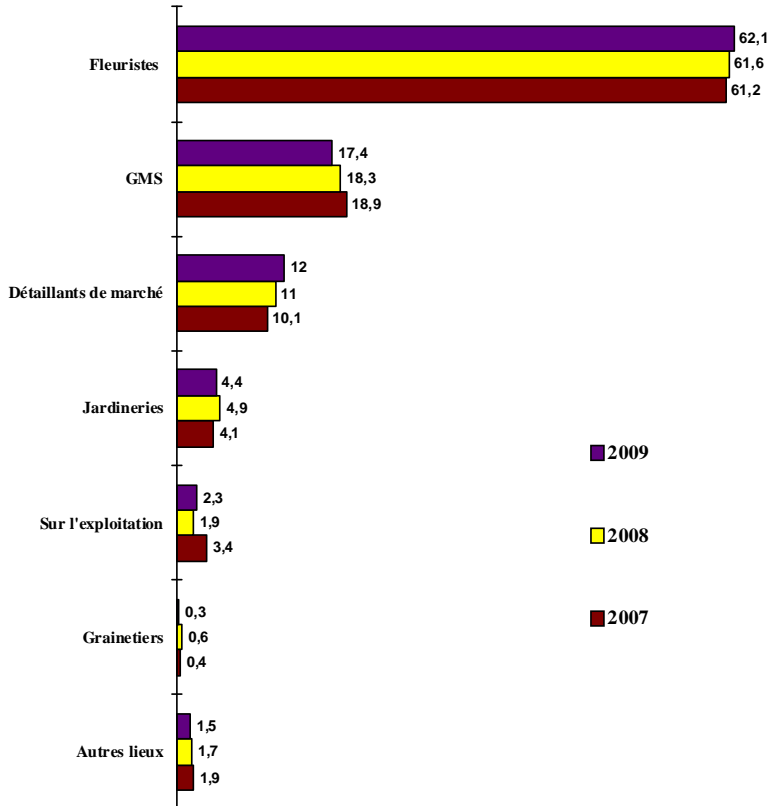
En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	56,9	74,7	65,8	51,2	111,3	60,1	68,2	66,6	48,7	68,2	49,6	91,0
2009	56,8	77,0	72,8	69,3	69,8	79,4	52,8	45,4	58,7	55,5	50,9	83,3

Destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	21,6	19,9	21,0	68,8	72,7	71,3	6,9	7,4	7,8
Entités en %	30,3	33,1	32,1	60,6	60,1	60,1	7,4	6,8	7,8

Lieux d'achat

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



On constate une augmentation des parts de marché des fleuristes (+ 0,5 point) et des détaillants de marché (+ 1 point) au détriment des GMS (- 0,9 point) et des jardineries (- 0,5 point).

LES FLEURS COUPEES VENDUES A LA PIECE

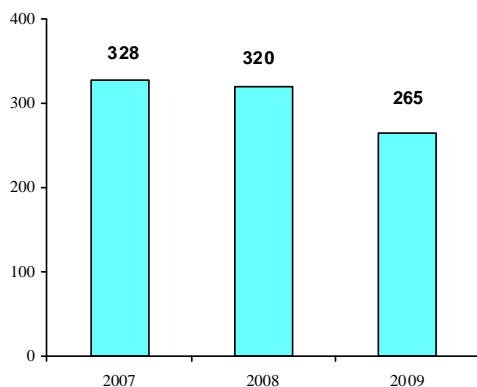
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les fleurs coupées vendues à la pièce représentent :

- 11,6 % des sommes dépensées,
- 9 % des entités.

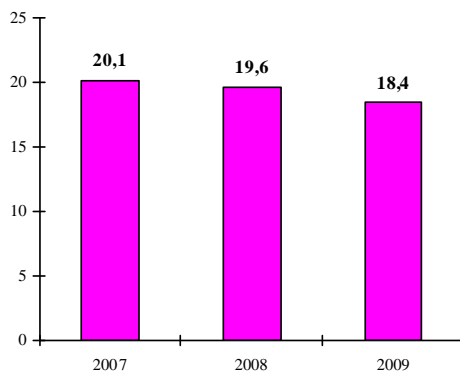
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Fleurs coupées à la pièce	265	11,6	-17,3	18,4	9,0	-6,3
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)

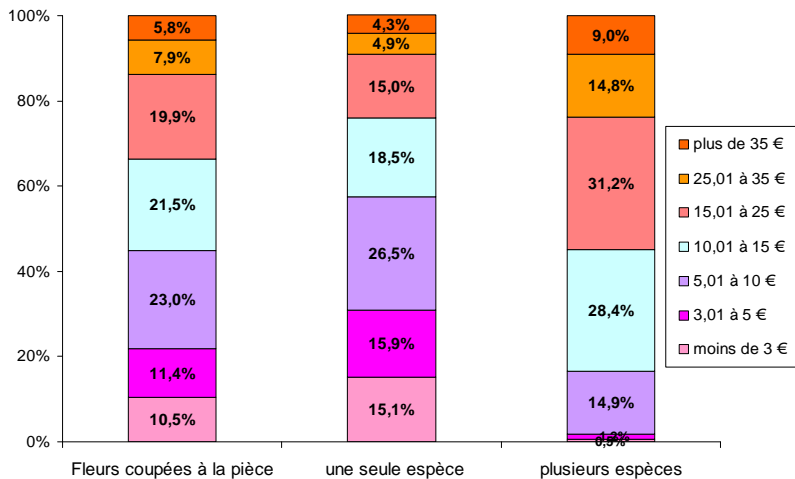


Evolution en nombre de bouquets de fleurs coupées à la pièce (millions)



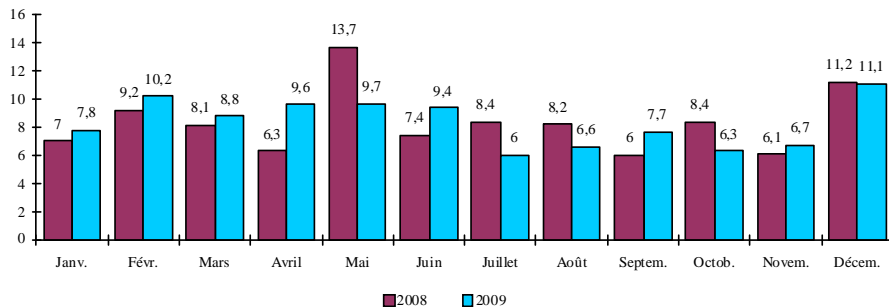
Prix moyen d'achat

	euro
Fleurs coupées	14,4
1 espèce	12,0
plusieurs espèces	19,8



Calendrier d'achat

En % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	22,4	29,5	25,9	20,2	43,9	23,7	26,9	26,3	19,2	26,9	19,5	35,9
2009	20,7	27,0	23,3	25,5	25,7	25,0	15,8	17,6	20,5	16,8	17,7	29,3

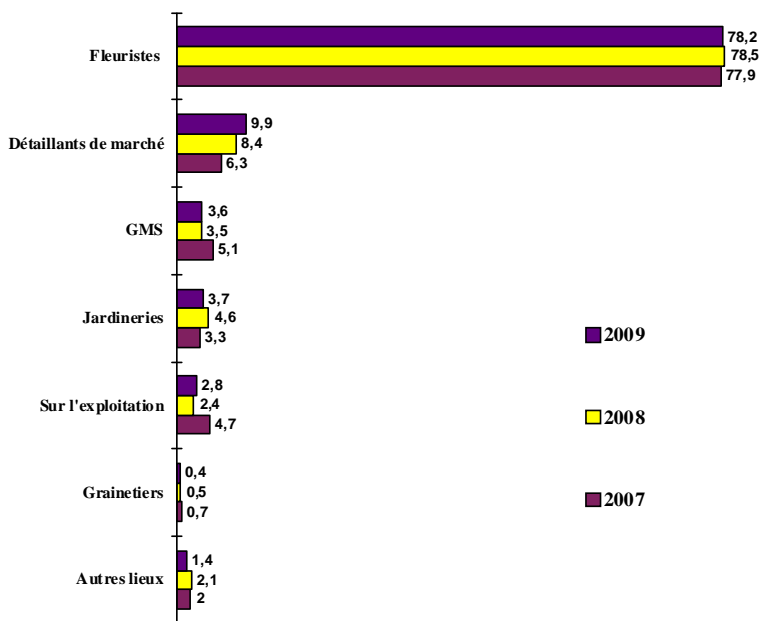
L'inversion constatée sur les mois de mai et juin correspond au fait que la fête des mères 2009 était en juin.

Destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	14,3	12,1	14,7	77,5	80,5	78,1	8,2	7,4	7,2
Entités en %	19,7	18,6	21,8	73,7	75,5	71,3	6,6	5,9	6,9

Les fleurs coupées à la pièce sont majoritairement achetées pour offrir, destination qui représente en 2009 71,3 % de part de marché en volume (- 4,2 points) et 78,1 % en valeur (- 2,4 points).

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



Les fleuristes sont largement leaders sur ce marché avec 78,2 % de part de marché. La part des détaillants de marché, second lieu d'achat, progresse de 1,5 point à 9,9 %.

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

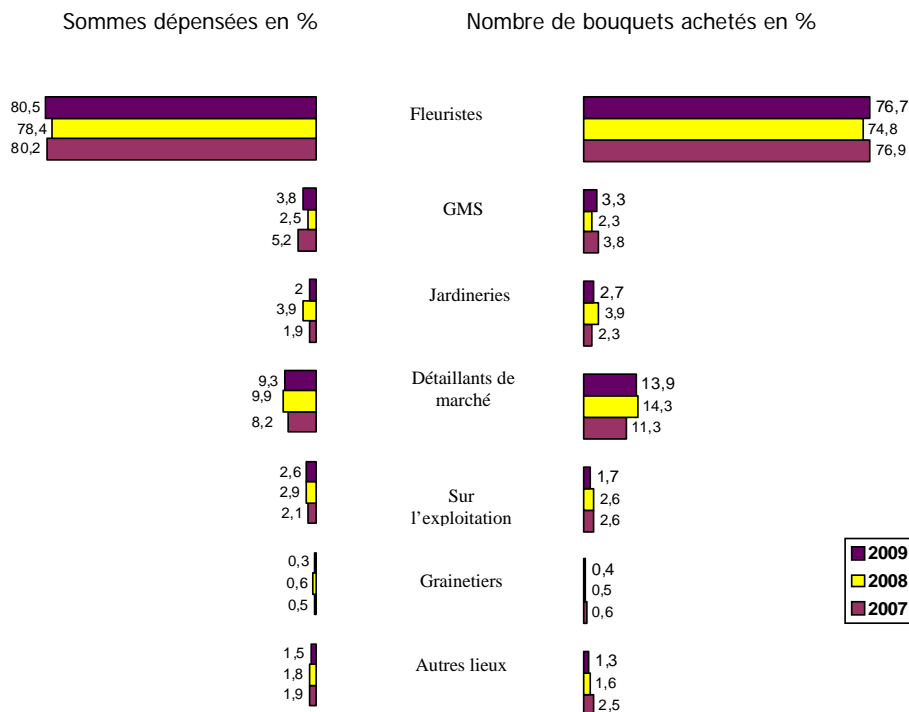
Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées			Nombre de bouquets achetés		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Rose	66,2	69,2	70,4	60,7	64,7	63,9
Lys.....	5,5	5,7	5,0	6,0	5,5	5,4
Orchidée	11,2	4,8	2,9	9,1	5,2	3,0
Tulipe	3,3	2,3	2,8	4,5	2,9	4,1
Œillet.....	1,4	1,8	1,6	1,8	2,6	2,1
Amaryllis	2,1	1,8	1,2	1,9	1,9	1,7
Pivoine	0,7	1,8	1,3	0,9	1	1,4
Gerbera.....	0,7	1,6	1,1	1,2	1,9	1,6
Glaieul	1,4	1,5	1,6	2,2	2	1,9
Chrysanthème / marguerite....	1	1	0,8	1,1	1	1,0
Autres espèces	5,5	8,2	11,3	10,6	11,3	13,9
dont Muguet.....	1,0	1,2	2,9	1,9	2,4	3,8
Ensemble des espèces	100	100	100	100	100	100

Pour les bouquets homogènes, la rose régresse légèrement en volume à 63,9 % et progresse en valeur à 70,4 % devant le lys (5,4 % des volumes et 5 % des valeurs), la tulipe (en progression à 4,1 % des volumes et 2,8 % des valeurs) et l'orchidée (qui régresse à 3 % en volume et 2,9 % en valeur).

Les roses achetées à la pièce

Répartition des achats selon les lieux d'achat



Les fleuristes sont très largement leaders sur le marché de roses achetées à la pièce. En 2009, leur part de marché a progressé de 1,9 point en volume à 76,7 % et de 2,1 points en valeur à 80,5 %.

Répartition des achats selon la destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	9,3	13,6	11,0	82,7	80,6	82,0	8,0	5,8	7,0
Entités en %	13,7	17,0	15,5	79,0	76,7	76,6	7,3	6,3	7,9

Les roses à la pièce sont très majoritairement achetées pour offrir avec en 2009 76,6 % des volumes et 82 % des valeurs.

LES BOTTES DE FLEURS

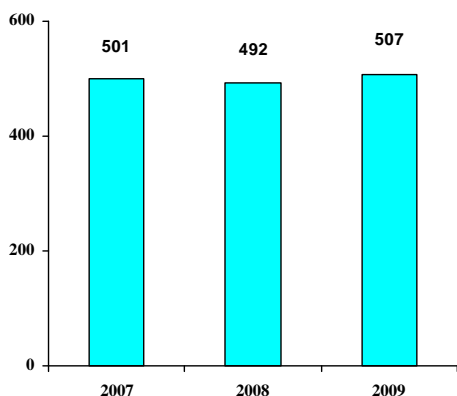
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les bottes de fleurs représentent :

- 22,2 % des sommes dépensées,
- 28 % des entités.

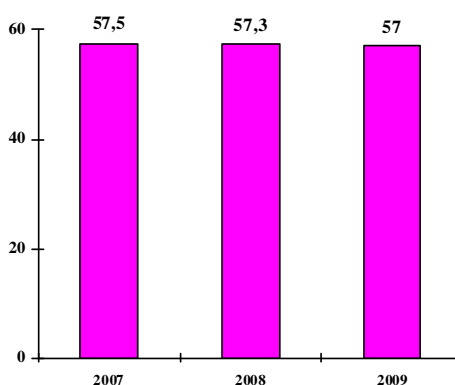
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/09 (en %)
Bottes de fleurs	507	22,2	+3,0	57,0	28,0	-0,5
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



Evolution en nombre de bottes (millions)

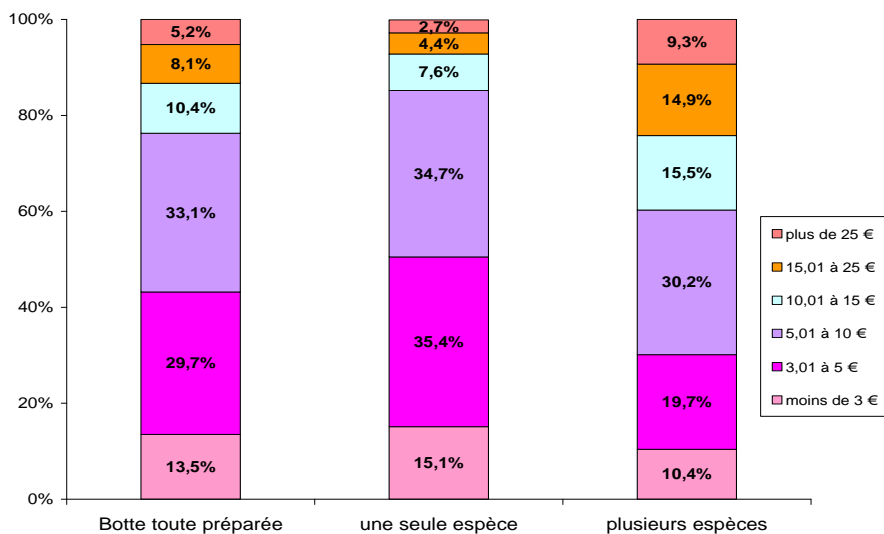


Léger repli des volumes achetés et progression des sommes dépensées :

En volume, les achats de bottes toutes préparées sont en léger repli par rapport à 2008 avec 57 millions d'entités (-0,5%). En valeur, la progression est de + 3 % avec 506,8 millions d'euros. Dans ce groupe, les bottes 1 espèce ont régressé en volume (- 2 %) et progressé en valeur (+ 2,5 %), tandis que les bottes plusieurs espèces ont progressé en volume (+ 2,3 %) et en valeur (+ 3,5 %).

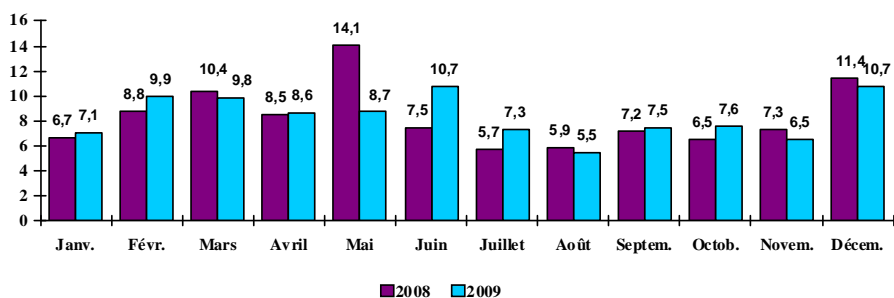
Prix moyen d'achat

	euro
Botte	8,9
1 espèce	7,3
plusieurs espèces	11,7



Calendrier d'achat

En % de sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	33,0	43,3	51,2	41,8	69,4	36,9	28,1	29,0	35,4	32,0	35,9	56,1
2009	36,1	50,0	49,5	43,7	44,1	54,4	37,1	27,8	38,2	38,7	33,2	54,0

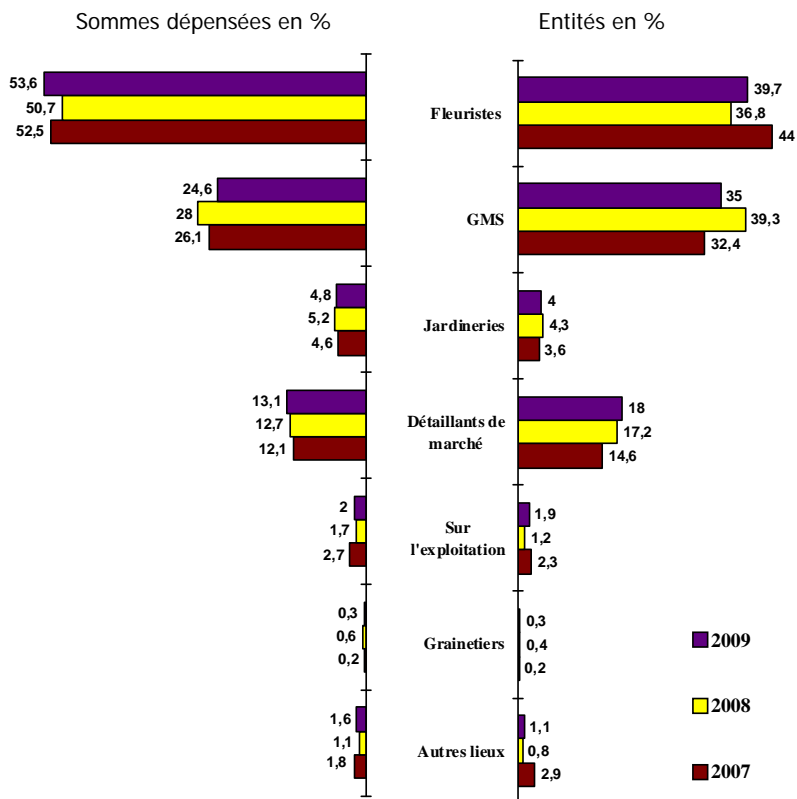
Destination

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	25,4	25,0	24,3	65,4	67,6	67,7	10,3	7,4	8,0
Entités en %	32,7	38,1	35,4	57,8	54,8	56,5	9,5	7,1	8,1

Les achats pour offrir progressent de 1,7 point en volume à 56,5 % et sont stables en valeur à 67,7 %. La part des achats pour soi régresse de 2,7 points en volume à 35,4 % et de 0,7 point en valeur à 24,3 %.

Lieux d'achat

Evolution de la part des lieux d'achat



En volume, les fleuristes progressent de +2,9 points et reprennent la première place avec 39,3 % de part de marché devant les GMS avec 35 % (- 4,3 points) à 35 % et les détaillants de marché en progression avec 18 %.

En valeur, les fleuristes demeurent en tête avec 53,6 % (+2,9 points) devant les GMS à 24,6 % (- 3,4 points) et les détaillants de marché en progression à 13,1 %.

Les bottes d'une seule espèce

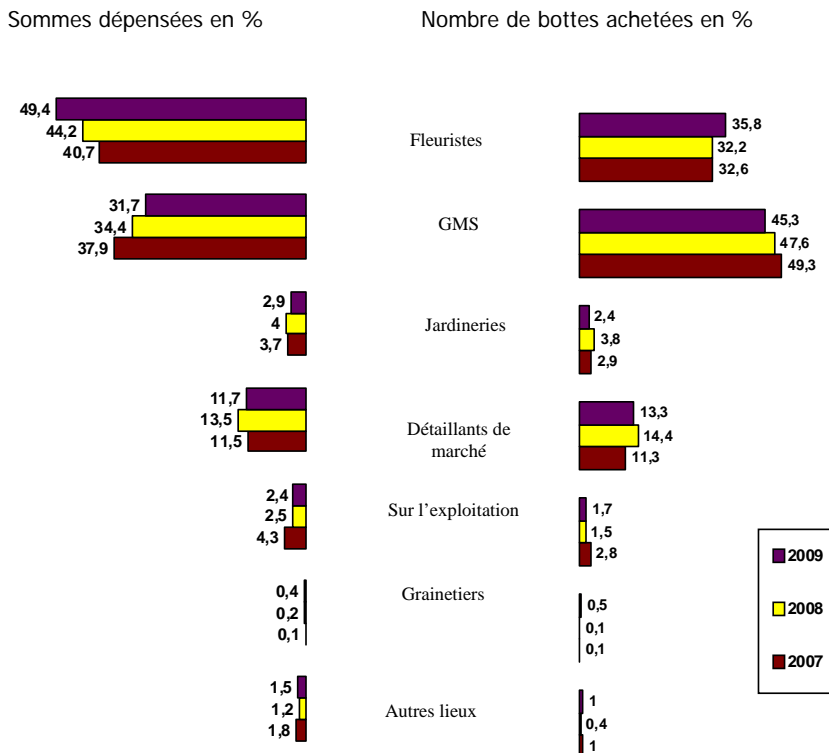
Répartition des espèces en %

	Sommes dépensées			Nombre de bottes achetées		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Rose.....	46,9	48,1	48,8	41,8	42,6	43,0
Tulipe.....	12,6	12,3	12,7	15,0	14,8	15,9
Œillet.....	7,6	6,7	6,1	10,2	9,3	8,8
Lys.....	3,1	3,7	2,4	2,6	2,9	2,4
Orchidée.....	2,7	3,1	4,4	1,5	1,8	2,5
Chrysanthème / marguerite.....	2,8	3	3,2	3,1	3,5	3,1
Pivoine.....	1,6	2,4	1,6	1,3	1,9	1,4
Glaïeul.....	1,8	1,9	1,7	2,1	2,3	2,2
Narcisse, jonquille	1,6	1,5	0,9	1,9	1,8	1,6
Anémone.....	1,1	1,4	1,2	1,5	1,8	1,5
Freesia.....	1,1	1,1	0,8	1,4	1,2	1,0
Mimosa.....	0,8	1	0,9	1,5	1,8	1,3
Tokyo.....	0,8	0,7	1,0	0,8	0,7	1,1
Iris.....	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4
Autres espèces.....	15,2	12,7	14	14,9	13,1	13,8
dont Muguet.....	1,7	2,2	2,2	2,1	2	2,6
Ensemble des espèces.....	100	100	100	100	100	100

Les roses restent l'espèce la plus prisée. La part des bottes de roses est en progression à 43 % des volumes et 48,8 % des valeurs devant les bottes de tulipe (15,9 % des volumes et 12,7 % des valeurs) et d'œillet (8,8 % des volumes et 6,1 % des valeurs).

Les roses en bottes

Répartition des achats selon les lieux d'achat



En 2009, les GMS ont perdu des parts de marché en ce qui concerne les achats de bottes de roses : - 2,3 points en volume à 45,3 % et - 2,7 points en valeur avec 31,7%.

Les fleuristes progressent de + 3,6 points en volume à 35,8 % de part de marché et confortent leur première place en valeur en progressant de 5,2 points à 49,4 % et gagnent 3,5 points en valeur à 44,2 %.

REPARTITION DES ACHATS SELON LA DESTINATION

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	30,7	28,8	23,8	63,1	63,8	70,0	6,1	7,4	6,2
Entités en %	37,9	39,2	33,6	55,1	54,7	59,4	7,0	6,1	7,0

Les achats pour offrir progressent de 4,7 points en volume à 59,4 % de part de marché et de + 6,2 points en valeur à 70 % de part de marché au détriment des achats pour soi qui régressent de 5,6 points en volume à 33,6 % et de 5 points en valeur à 23,8 %.

Associations dans les bouquets de plusieurs espèces

Actes d'achat en 2009 (en % horizontaux)

2 \ 1	Chrysanthème / Marguerite	Gerbera	Glaieul	Gypsophile	Iris	Lys	Œillet	Rose	Tokyo	Tulipe
Chrysanthème / marguerite	100,0	8,6	-	2,2	1,6	5,3	9,8	3,2	6,0	1,5
Gerbera.....	22,4	100,0	6,4	5,1	10,9	9,5	8,5	14,7	18,4	7,0
Glaieul	-	0,6	100,0	2,0	-	1,6	1,8	1,0	-	-
Gypsophile	2,3	2,1	8,7	100,0	1,2	1,0	6,4	8,8	1,8	4,8
Iris.....	0,8	2,1	-	0,6	100,0	1,2	3,4	3,1	1,4	4,7
Lys	14,5	10,0	17,9	2,6	6,2	100,0	3,8	19,0	9,3	3,5
Œillet.....	11,8	3,9	8,9	7,3	8,0	1,7	100,0	4,5	15,3	4,8
Rose	24,4	42,4	32,1	63,4	44,9	52,4	27,8	100,0	27,3	33,7
Tokyo	3,3	3,9	-	1,0	1,5	1,9	6,9	2,0	100,0	1,1
Tulipe	1,2	2,2	-	3,7	7,5	1,1	3,2	3,6	1,6	100,0

1 Première espèce précisée

2 Deuxième espèce précisée

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

Les coupes et compositions florales

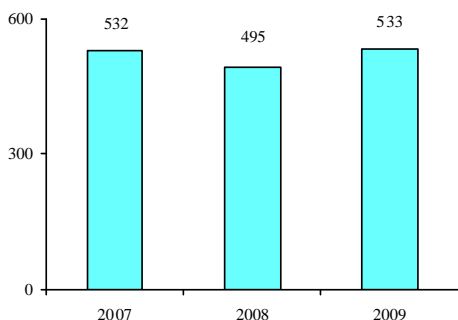
Sur le marché des végétaux d'intérieur, les coupes, bacs et compositions florales représentent :

- 23,4 % des sommes dépensées,
- 7,2 % des entités.

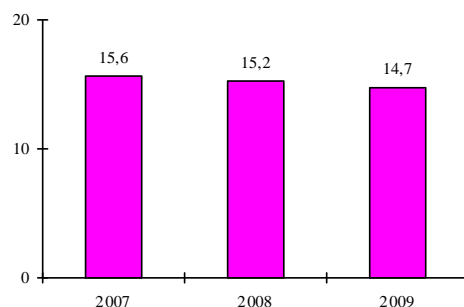
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Coupes ou bacs	147	6,5	1,2	6,4	3,1	0,5
Compositions florales	386	16,9	10,4	8,3	4,1	-6,2
Sous Total : Coupes, bacs, compositions florales	533	23,4	7,7	14,7	7,2	-3,4
Ensemble du marché	2280	100	2,4	203,4	100	4,6

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



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



Coupes et bacs : légère progression des achats et des sommes dépensées

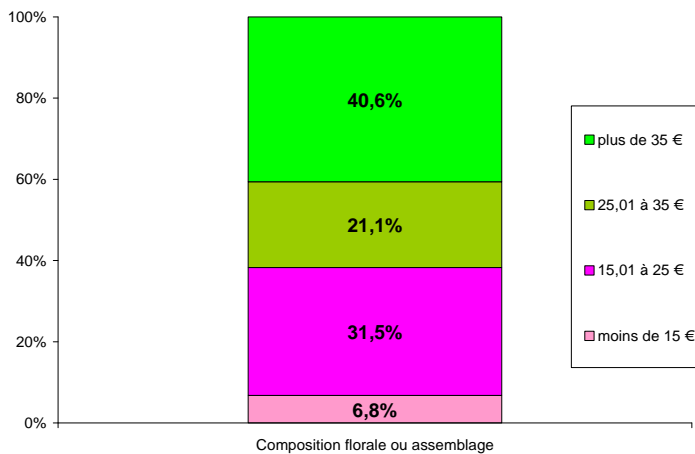
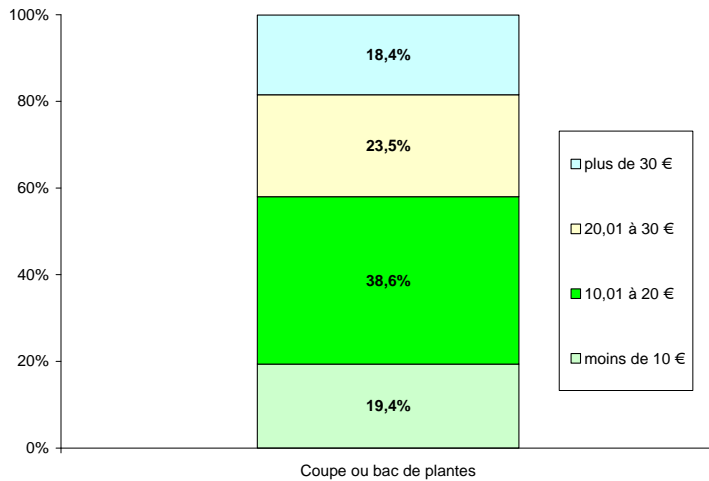
Les achats de coupes et bacs sont en légère progression avec 6,4 millions d'entités (+ 0,5 %) représentant 147 millions d'euros de dépenses (+1,2 %).

Compositions florales : repli des achats et progression des sommes dépensées

Le marché des compositions florales poursuit sa baisse en volume (8,3 millions d'entités ; - 6,2 %) mais progresse en valeur (386 millions d'euros ; + 10,4 %).

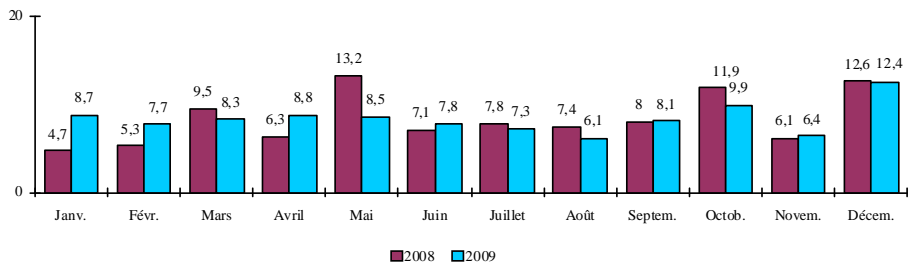
Prix moyen d'achat

	euro
Coupe ou bac de plantes	23,1
Compositions florales	46,5



Calendrier

En % des sommes dépensées



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	23,3	26,2	47,0	31,2	65,3	35,1	38,6	36,6	39,6	58,9	30,2	62,4
2009	46,4	41,3	44,4	46,7	45,4	41,7	38,7	32,5	43,2	52,9	34,0	66,1

Destination

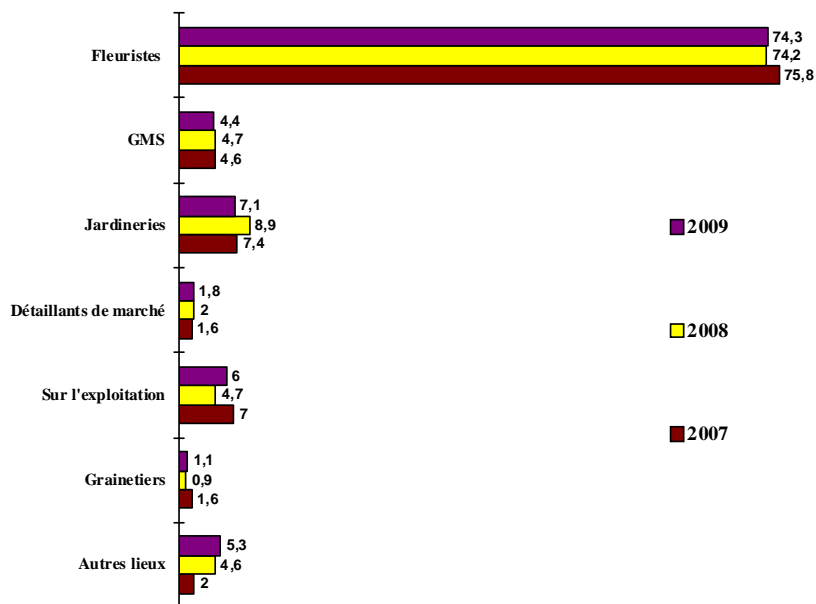
	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	3,2	4,0	3,6	46,4	51,0	40,2	50,4	45,0	56,2
Entités en %	4,4	5,5	5,1	57,8	61,2	52,5	37,8	33,4	42,4

La part de marché de la destination cimetière ou deuil augmente fortement : en volume (+ 9 points) à 42,4 % et en valeur (+11,2 points) à 56,2 %.

A l'inverse, la destination pour offrir régresse de 8,7 points en volume à 52,5 % et de 10,8 points en valeur à 40,2 %.

Lieux d'achat

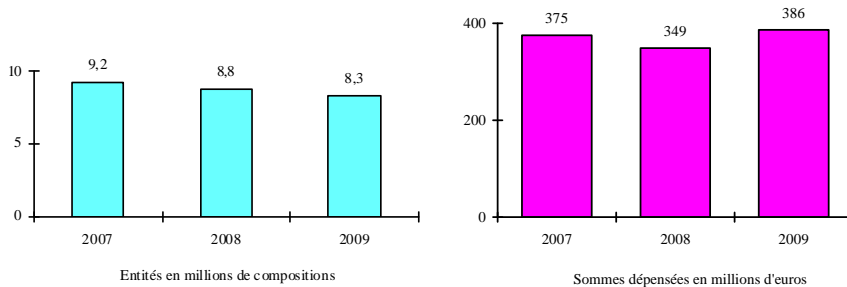
Evolution de la part des lieux d'achat en % des sommes dépensées



Les coupes, bacs et compositions florales sont achetés très majoritairement chez les fleuristes (74,3 % des dépenses).

Les catégories de produits

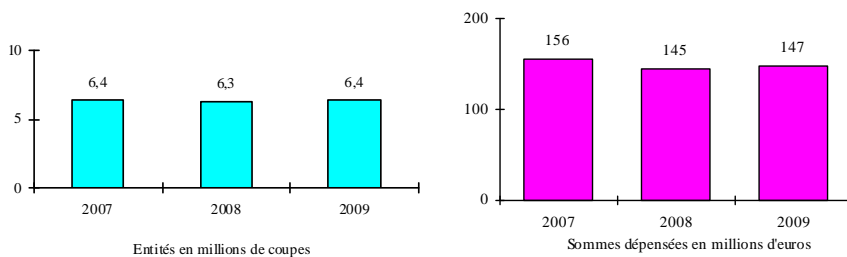
Compositions florales



Repli des achats et progression des sommes dépensées :

Le marché des compositions florales poursuit sa baisse en volume (8,3 millions d'entités ; - 6,2 %) mais progresse en valeur (386 millions d'euros; + 10,4 %).

Coupes ou bacs de plantes



Légère progression des achats et des sommes dépensées :

Les achats de coupes et bacs sont en légère progression avec 6,4 millions d'entités (+ 0,5 %) représentant 147 millions d'euros de dépenses (+1,2 %).

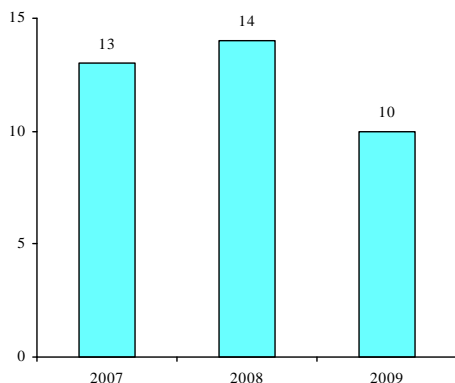
Les bonsaïs *

* La base d'observation du marché des bonsaïs étant très faible, les résultats sont donnés à titre indicatif. Ils doivent être observés avec une grande prudence et permettent seulement d'analyser globalement l'évolution du marché et les principales données de structure sur l'année 2009.

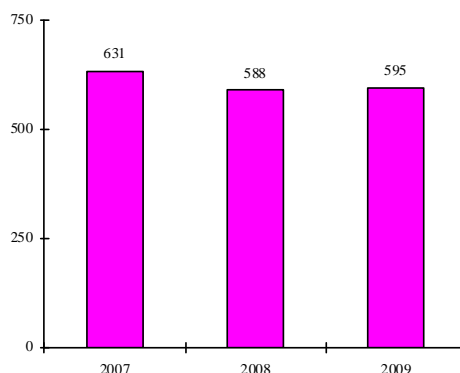
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
Bonsaïs	10	0,3	NS	0,6	0,5	NS
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées (en M€)



Evolution en milliers de bonsaïs



Prix moyen d'achat

Prix moyen en 2009 : 17,3 €.

Destination

En 2009, 56,5 % des volumes achetés l'ont été pour soi-même ; 43,5 % pour offrir.

Lieux d'achat

En 2009, les GMS ont représenté 38,7 % des volumes et 16,2 % des dépenses devant les jardinerie (26,6 % des volumes et 42 % des dépenses) et les fleuristes (18,1 % des volumes et 19,7 % des dépenses).

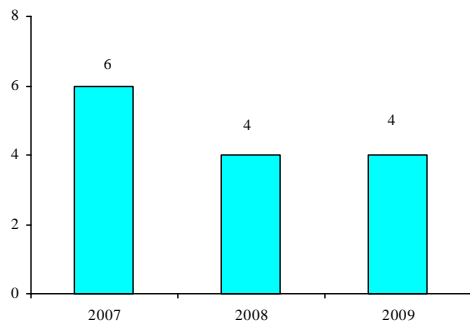
Les fleurs séchées *

* La base d'observation du marché des fleurs séchées étant faible, les résultats sont donnés à titre indicatif. Ils doivent être observés avec une grande prudence et permettent seulement d'analyser globalement l'évolution du marché et les principales données de structure sur l'année 2009.

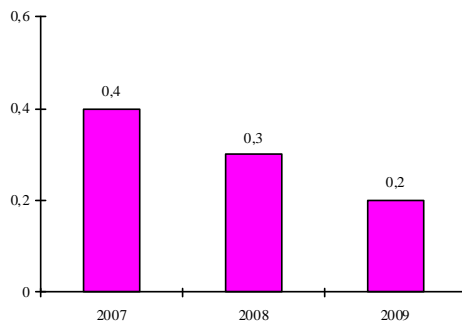
Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 08/07R (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 08/07R (en %)
Fleurs séchées	4	0,2	NS	0,2	0,1	NS
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

Evolution en sommes dépensées (en millions d'euros)



Evolution en millions d'entités



Prix moyen d'achat

Prix moyen en 2009 : 15,4 €.

Destination

En 2009, 46,6 % des volumes achetés l'ont été pour soi-même ; 33,8 % pour offrir.

Lieux d'achat

En 2009, les GMS ont représenté 30,8 % des volumes et 28,2 % des dépenses devant les fleuristes (24,7 % des volumes et 35 % des dépenses)

La destination des achats

Evolution en quantité et en valeur des destinations

	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière ou le deuil		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Sommes dépensées en %	18,2	18,1	18,4	56,0	56,6	52,5	25,9	25,3	29,1
Entités en %	30,0	29,3	29,5	45,2	46,5	44,2	26,7	24,8	26,3

La part des achats pour offrir reste dominante. Elle a cependant régressé en 2009 de - 4,1 points en valeur à 52,5 % et de - 2,3 points en volume à 44,2 %. La part des achats pour soi a légèrement progressé avec 18,4 % des valeurs et 29,5 % des volumes. La part des achats pour le cimetière et le deuil a progressé de + 3,8 points en valeur à 29,1 % et de + 1,5 point en volume à 26,3 %.

Achats pour soi

	2007	2008	2009	2009 VS 2008
Dépense annuelle (millions d'euros)	413	403	420	+ 4 %
Entités (en millions)	58,7	57,1	60,0	+ 5,2 %

Chiffres arrondis

Achats pour offrir

	2007	2008	2009	2009 VS 2008
Dépense annuelle (millions d'euros)	1274	1260	1197	- 5,1 %
Entités (en millions)	88,6	90,3	90,0	- 0,4 %

Chiffres arrondis

Cimetière ou deuil

	2007	2008	2009	2009 VS 2008
Dépense annuelle (millions d'euros)	588	562	663	+ 17,9 %
Entités (en millions)	48,5	47,1	53,4	+ 13,5 %

Chiffres arrondis

Les produits selon la destination

Sur le segment des achats pour soi.

La part des plantes fleuries reste prédominante, en volume (avec 48,5 %) et progresse devant les bottes à 33,8 %, et en valeur avec 43,2 % de part de marché devant les bottes avec 29,3 %.

Sur le segment des achats pour offrir.

En volume, la part des plantes fleuries progresse à 38,1 % et devance les bottes à 36 % et les fleurs coupées à 14,6 %. En valeur, les plantes fleuries progressent à 32,8 % devant les bottes à 28,7 % et les fleurs coupées à 17,3 %.

Sur le segment des achats pour le cimetière ou le deuil.

Très large domination des plantes fleuries avec 76,9 % des volumes et 45,1 % des valeurs. Les compositions florales représentent 32,5 % des valeurs.

Evolution en volume

	Entités en %								
	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Plantes fleuries	46,4	43,8	48,5	32,1	35,3	38,1	76,8	77,6	76,9
Bottes	39,9	38,4	33,8	44,5	34,8	36,0	12,2	8,7	8,7
Plantes vertes	7,1	9,3	9,1	2,7	2,7	2,4	0,6	0,5	0,3
Fleurs coupées	5,3	6,4	6,7	12,5	16,3	14,6	1,9	2,4	2,4
Coupes ou bacs de plantes	0,4	0,9	0,7	2,6	3,1	2,8	4,4	6,4	6,5
Compositions florales	0,5	0,6	0,6	5,2	7,2	5,8	4,1	4,3	5,2
Bonsais	0,4	0,5	0,6	0,3	0,4	0,3	-	-	-
Fleurs séchées	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	-	0,1	0,1
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100	100	100	100

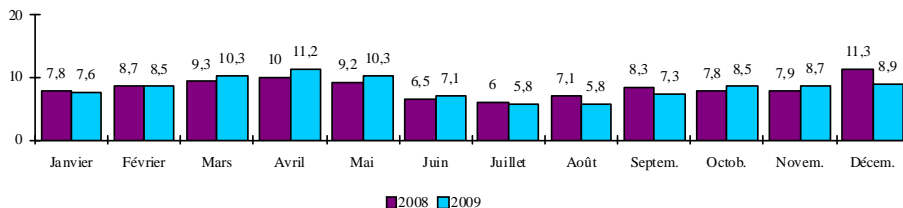
Evolution en valeur

	Sommes dépensées en %								
	Pour soi			Pour offrir			Pour le cimetière		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Plantes fleuries	38,2	40,2	43,2	29,4	29,6	32,8	49,7	49,2	45,1
Bottes	35,7	30,6	29,3	29,9	26,5	28,7	8,9	6,5	6,2
Plantes vertes	11,0	12,7	11,8	3,5	2,8	2,7	0,3	0,3	0,2
Fleurs coupées	10,1	9,5	9,2	18,2	20,3	17,3	3,6	4,2	2,9
Coupes ou bacs de plantes	1,6	2,5	1,7	4,9	4,5	4,5	10,5	13,8	13,1
Compositions florales	2,2	2,5	3,0	13,5	15,5	13,6	26,8	25,9	32,5
Bonsais	0,9	1,8	1,5	0,3	0,5	0,3	-	-	-
Fleurs séchées	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Calendrier d'achat selon la destination

En % des sommes dépensées

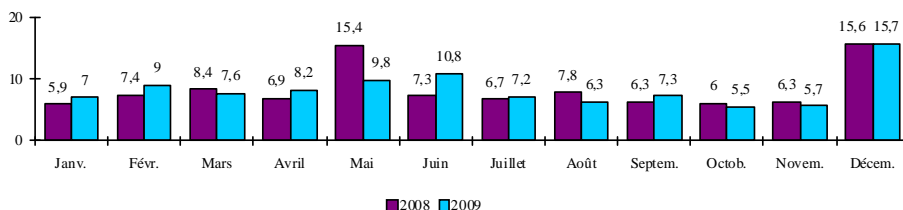
Pour soi



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	31,5	35,1	37,6	40,4	37,2	26,3	24,2	28,7	33,5	31,5	31,9	45,7
2009	32,3	35,7	43,5	47,2	43,3	30,0	24,6	24,5	30,9	35,8	36,5	37,4

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

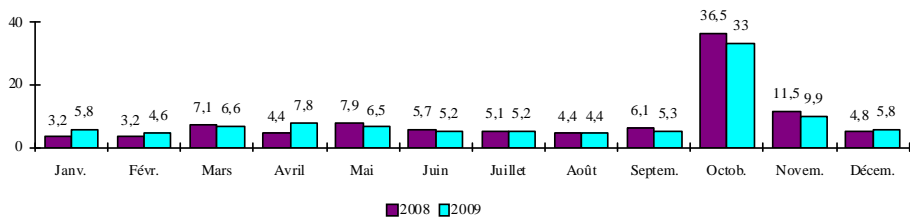
Pour offrir



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	74,4	93,3	105,9	87,0	194,2	92,1	84,5	98,4	79,4	75,7	79,4	196,7
2009	84,1	107,2	90,7	98,2	116,6	128,9	86,6	74,7	87,3	65,7	68,2	187,3

L'inversion sur les mois de mai et juin est notamment due à la date de la fête des mères qui en 2009 se situait en juin.

Pour le cimetière ou le deuil



En millions d'euros	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2008	18,0	18,0	40,0	24,8	44,5	32,1	28,7	24,8	34,3	205,5	64,7	27,0
2009	38,6	30,3	44,0	51,6	43,3	34,3	34,6	29,6	35,1	219,0	65,8	38,4

Octobre, mois où s'effectue une partie des achats pour la Toussaint, concentre traditionnellement 1/3 des achats pour le cimetière. Octobre et novembre ont représenté, en 2009, 43 % des dépenses.

Les différentes occasions d'achat pour offrir

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

Le poids de la Saint Valentin, du 1^{er} Mai, de la Fête des Mères, de la Fête des Grand-mères se mesure plutôt sur les achats pour offrir du mois où se déroule la fête.

La Fête des Mères se situant en 2009 en juin a été moins favorable. La Fête des Grand-mères est en progression.

Principales occasions pour offrir au cours d'une année

	% en volume			% en valeur		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Visites	26,6	27,3	28,3	25,4	23,5	25,0
Anniversaires	23	22,3	22,9	23,9	26,4	27,0
Fêtes de fin d'année	12,2	12,1	13,0	12,3	10,7	11,0
Fête des Mères	4,7	7,9	4,5	5,6	8,7	5,3
Remerciements	5,7	5,4	6,0	5,6	5,6	6,4
1 ^{er} Mai	4,8	4,7	5,6	2,7	2,5	3,1
Félicitations	5,5	3,5	3,8	6,5	6,3	6,2
Fête des Gds Mères	1,6	2,4	2,8	1,5	1,9	2,2
Anniversaire de mariage	2,2	2,1	1,9	3,3	2,7	2,7
Saint Valentin	2,7	1,7	1,9	3,7	2,0	2,5
Saint patron	1,3	1,7	1,3	1,4	1,6	1,3
Maladie	1,4	1,7	1,5	1,3	1,4	1,2
Pâques	0,3	0,9	0,5	0,3	0,7	0,5
Ste Catherine	0,1	0,1	-	0,1	0,1	-
Autres	7,9	6,2	5,8	6,5	5,8	5,5

Les lieux d'achat

Evolution du poids des différents lieux d'achat

	Sommes dépensées (en %)			Entités (en %)		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Fleuristes	54,1	53,5	53,9	35,6	36,4	36,0
GMS, Supérettes, Hard discounters	14,8	15,0	13,7	25,6	25,5	23,9
Jardineries (y c. jard. d'hyper)	12,9	13,5	13,2	15,1	15,1	15,3
Détaillants de marché	7,1	7,1	7,3	11,3	11,2	11,5
Sur l'exploitation	5,5	5,6	6,2	6,1	6,1	7,2
Grainetiers	1,3	1,2	1,1	1,4	1,3	1,2
GSB	1,2	1,2	1,3	1,6	1,6	1,8
Autres	3,1	2,9	3,3	3,2	2,8	3,2
Ensemble du marché	100	100	100	100	100	100

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

En valeur, la part des fleuristes gagne 0,4 point à 53,9 %, celle des GMS perd 1,3 point à 13,7 %. A noter la progression des ventes sur l'exploitation.

Evolution des achats par lieux d'achat

En millions d'euros

	2007	2008	2009	2009 VS 2008 (en %)
Fleuristes	1231	1191	1228	+ 3,1
GMS, Supérettes, Hard discounters	337	332	311	- 6,5
Jardineries (y c. jard. d'hyper)	295	301	302	+ 0,5
Détaillants de marché	162	159	167	+ 5,4
Sur l'exploitation	124	125	142	+ 14,2
Grainetiers	29	26	24	- 7,0
Grandes surfaces de bricolage	27	28	28	+ 6,9
Autres lieux	69	64	75	+ 16,4
Ensemble du marché	2275	2227	2280	+2,4

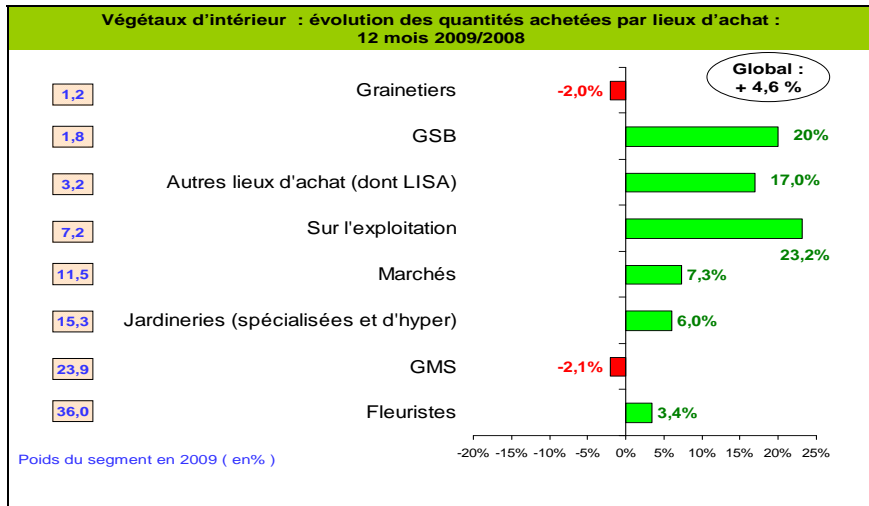
* nota : Chiffres arrondis. Les pourcentages d'évolution sont calculés sur les valeurs non arrondies.

En milliers d'entités

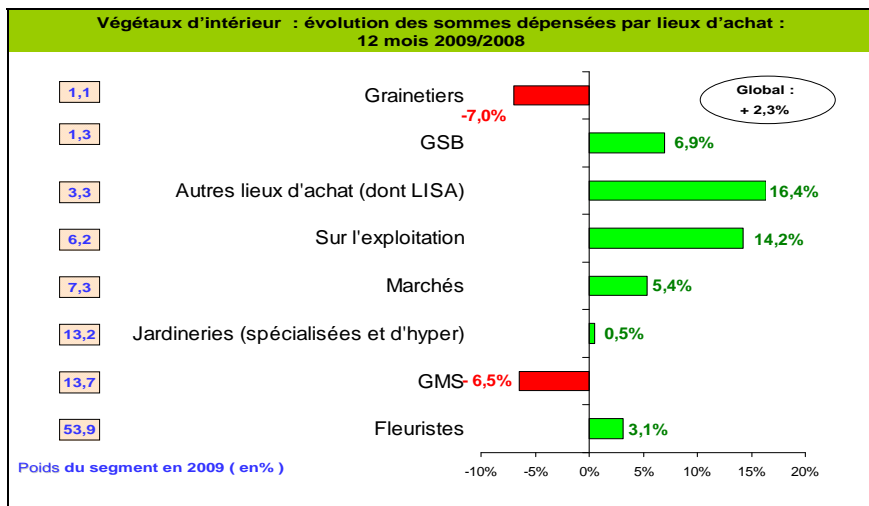
	2007	2008	2009	2009 VS 2008 (en %)
Fleuristes	69741	70781	73171	+ 3,4
GMS, Supérettes, Hard discounters	50147	49657	48638	- 2,1
Jardineries (y c. jard. d'hyper)	29691	29384	31159	+6,0
Détaillants de marché	22214	21759	23344	+ 7,3
Sur l'exploitation	11982	11826	14567	+ 23,2
Grainetiers	2715	2460	2410	- 2,0
Grandes surfaces de bricolage	3134	3078	3696	+ 20,1
Autres lieux	6216	5504	6439	+ 17,0
Ensemble du marché	195842	194450	203424	+ 4,6

Evolution 2009/2008

Quantités achetées (évolution en %)



Sommes dépensées (évolution en %)



Nota : les évolutions sont à apprécier au regard du poids respectif de chaque segment.

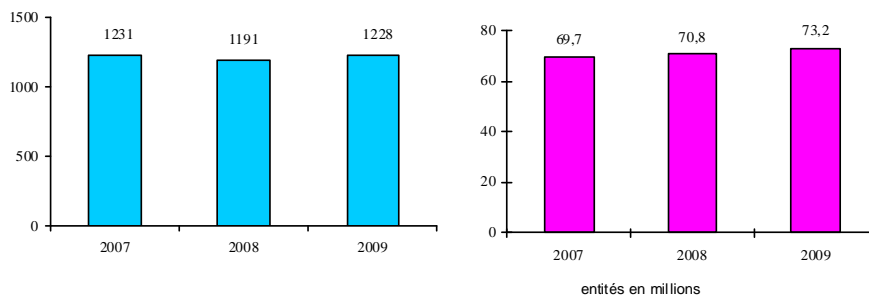
LES FLEURISTES

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

- 53,9 % des sommes dépensées,
- 36,0 % des entités.

Evolution

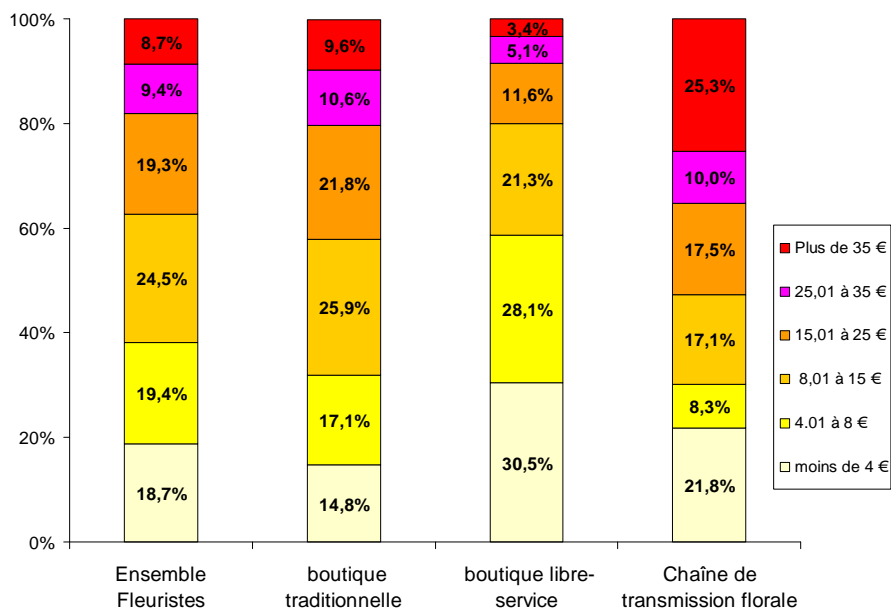
	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Fleuristes	1228	53,9	+ 3,1	73,2	36,0	+ 3,4
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6



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

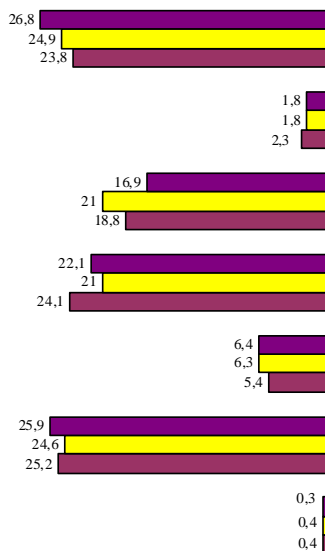
Somme moyenne dépensée par lieu d'achat

	euro
Fleuriste en boutique traditionnelle	23,8
Fleuriste en boutique libre-service	15,1
Chaîne de transmission florale	33,5
moyenne	22,3

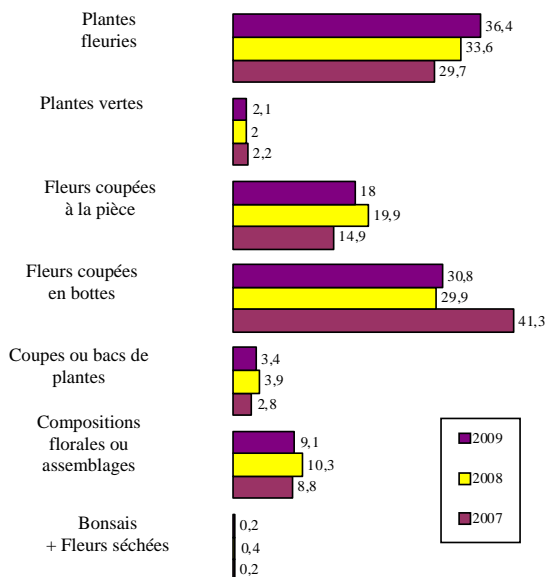


Produits achetés chez les fleuristes

Sommes dépensées en %



Entités en %



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

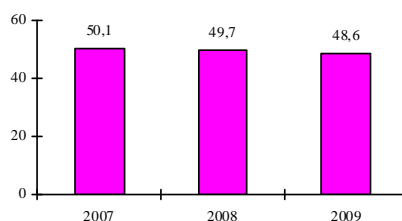
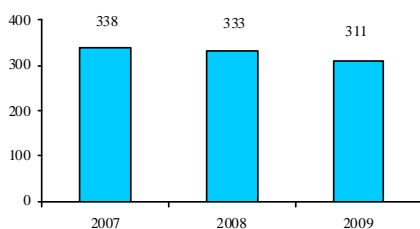
LES HYPERMARCHES, SUPERMARCHES, GRANDS MAGASINS, SUPERETTES

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

- 13,7 % des sommes dépensées,
- 23,9 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Hypermarchés, supermarchés, grands magasins, superettes	311	13,7	- 6,5	48,6	23,9	- 2,1
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6

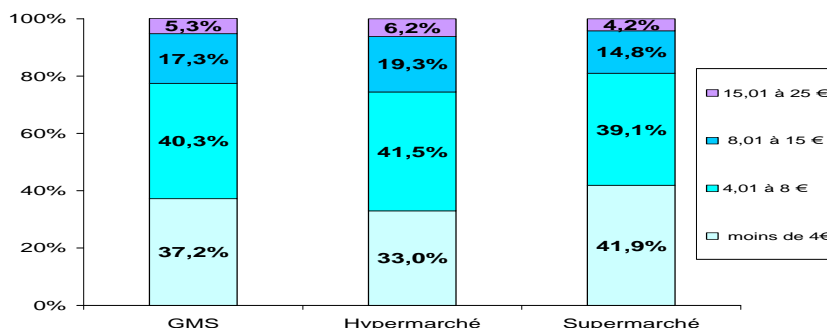


sommes dépensées (en millions d'euros)

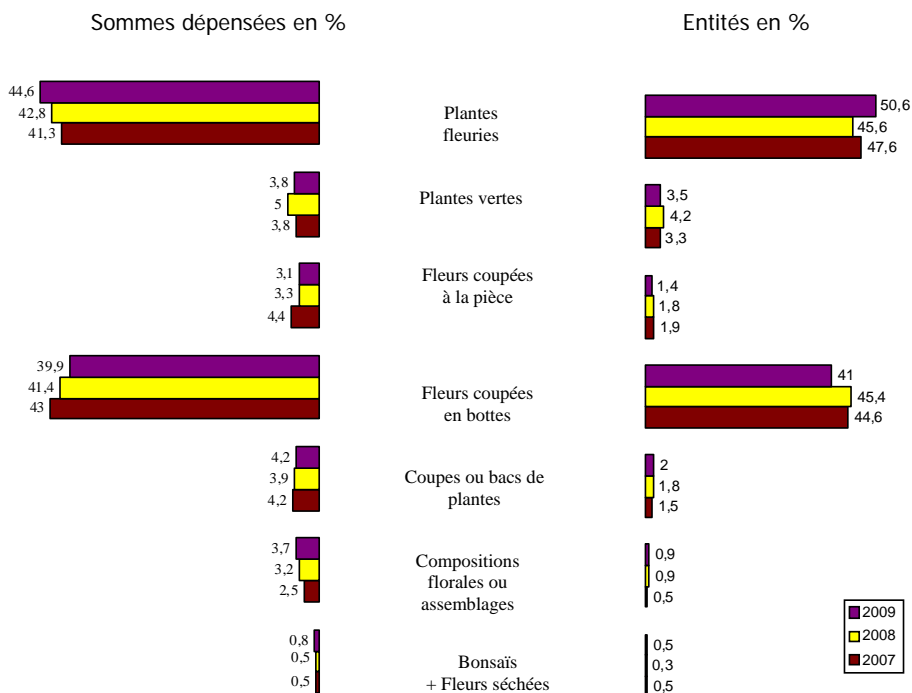
entités (en millions)

Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée pour un achat en grande surface en 2009 : 8,8 €.



Produits achetés en hypermarchés, supermarchés, grands magasins, superettes



Parmi les différentes présentations de végétaux d'intérieur, les plantes fleuries et les bouquets de fleurs coupées sont les produits les plus achetés en GMS. Ces 2 catégories représentent 91,6 % des volumes et 84,5 % des valeurs.

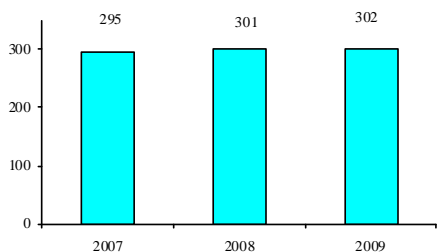
LES JARDINERIES

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

- 13,2 % des sommes dépensées,
- 15,2 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Jardineries d'hypermarché	42	1,8	+ 6,2	4,1	2,0	-18,1
Jardineries spécialisées	260	11,4	- 0,5	27,0	13,3	+ 11,0
Total Jardineries	302	13,2	+ 0,5	31,1	15,3	+ 6,0
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6



sommes dépensées (en millions d'euros)

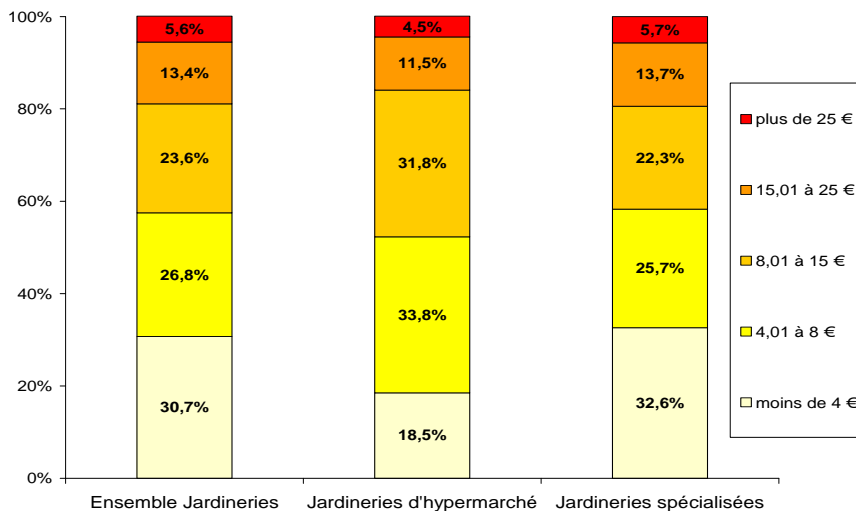


entités (en millions)

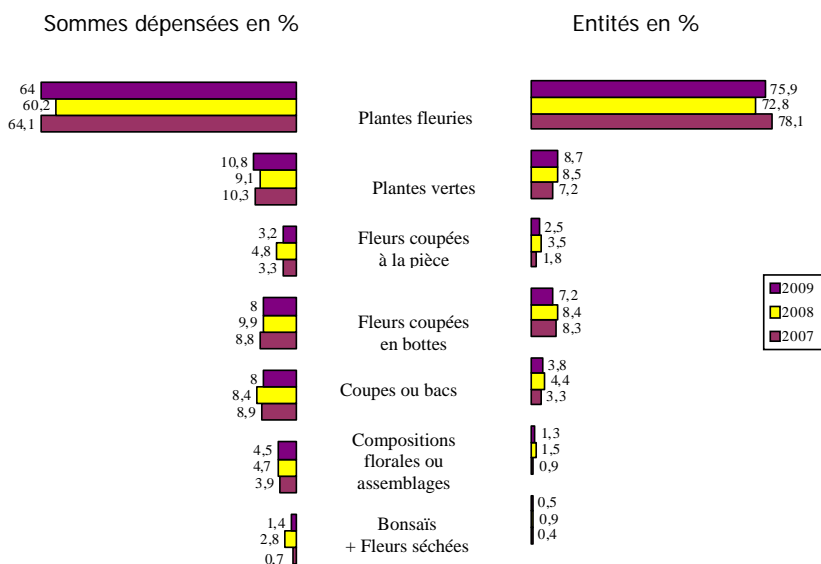
Les jardineries spécialisées progressent en valeur (+ 11 %) et sont quasi-stables en volume (-0,5 %). Les jardineries d'hypermarché régressent en valeur (- 18,1 %).

Somme moyenne dépensée

	euro
Jardinerie d'hypermarché	14,1
Jardinerie spécialisée	14,5
moyenne	14,4



Produits achetés dans les jardinerie



La part des plantes fleuries, principal végétal d'intérieur vendu en jardinerie, progresse de 3,1 points en volume avec 75,9 % et de 3,8 points en valeur avec 64 %.

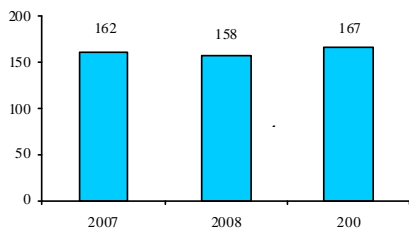
LES DÉTAILLANTS DE MARCHÉ

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

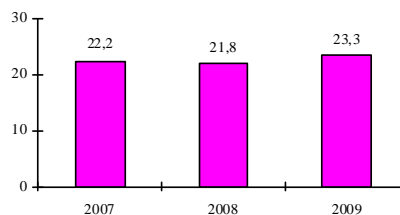
- 7,3 % des sommes dépensées,
- 11,5 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Détaillants de marché	167	7,3	+ 5,4	23,3	11,5	+ 7,3
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6



sommes dépensées (en millions d'euros)

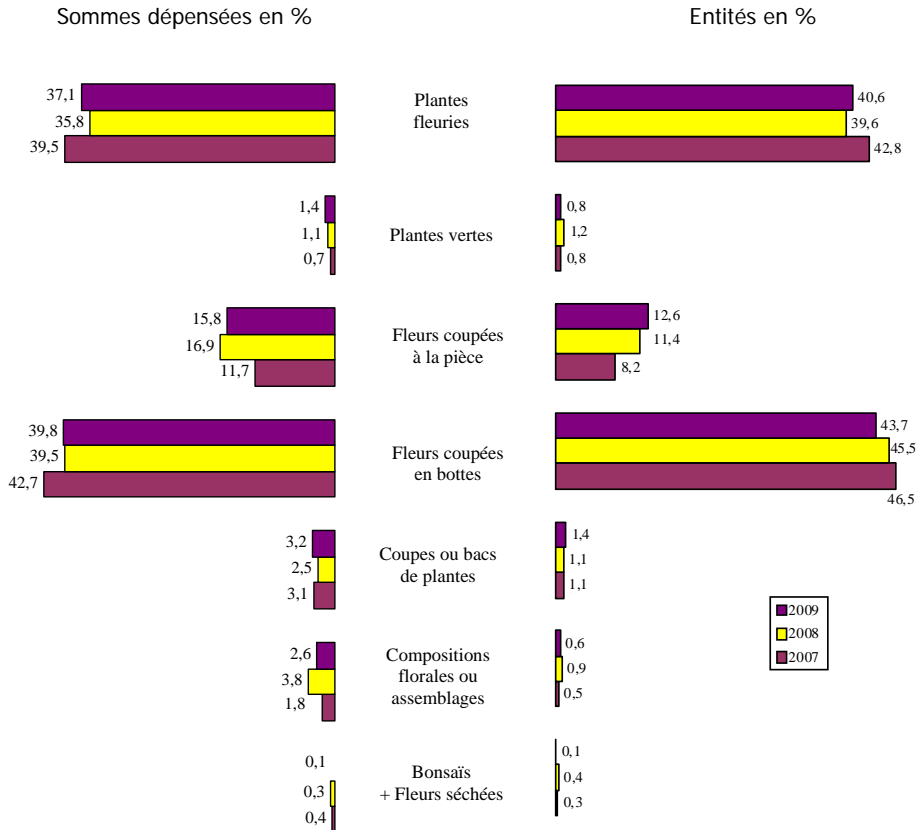


entités (en millions)

Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée chez les détaillants de marché en 2009: 9,9 €.

Produits achetés chez les détaillants de marché



Les deux principaux produits achetés sur les marchés sont les bouquets de fleurs coupées et les plantes fleuries. Ils représentent 84,6 % des volumes et 76,9 % des valeurs.

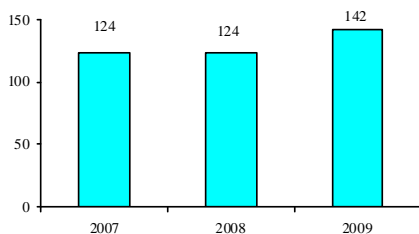
ACHATS SUR L'EXPLOITATION

Sur le marché des végétaux d'intérieur, les achats sur l'exploitation représentent :

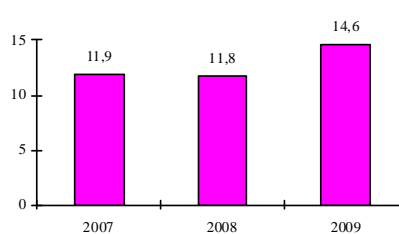
- 6,2 % des sommes dépensées,
- 7,2 % des entités.

Evolution

	Sommes dépensées (M€)	En %	Variation 09/08 (en %)	Entités (en millions)	En %	Variation 09/08 (en %)
Achats sur l'exploitation	142	6,2	+ 14,2	14,5	7,2	+ 23,2
Ensemble du marché	2280	100	+ 2,4	203,4	100	+ 4,6



sommes dépensées (en millions d'euros)



entités (en millions)

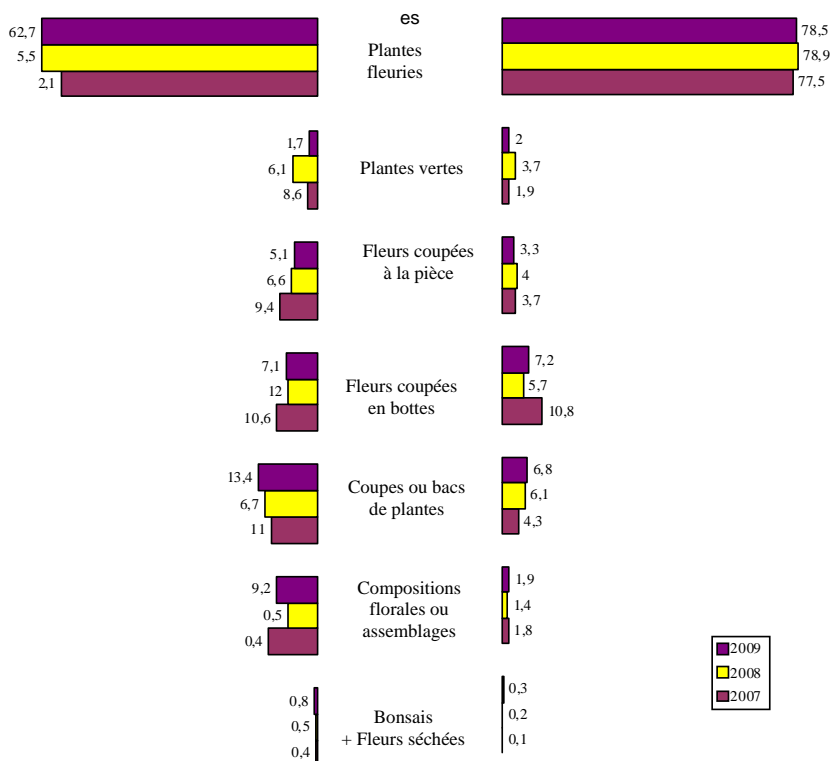
Somme moyenne dépensée

Somme moyenne dépensée lors d'un achat sur l'exploitation en 2009: 18,4 €

Produits achetés sur l'exploitation

Sommes dépensées en %

Entités en %

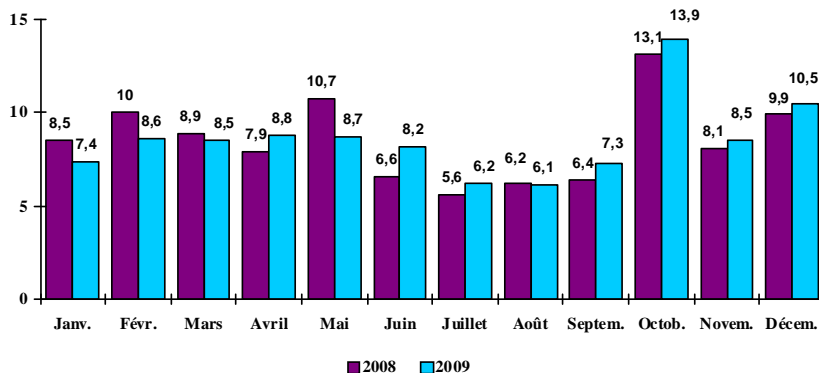


Les plantes fleuries sont les produits les plus achetés chez les horticulteurs. Elles représentent, en 2009, 78,5 % des volumes et 62,7 % des valeurs.

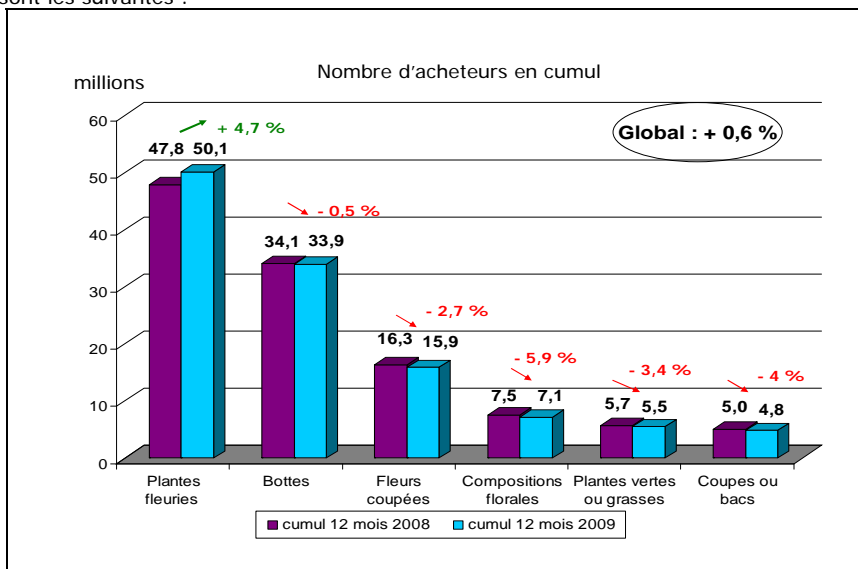
Les acheteurs

Nombre d'acheteurs

En millions



En cumul, le nombre d'acheteurs a progressé de + 0,6 %. Par catégories, les évolutions sont les suivantes :



Acheteurs par sexe

En structure des achats

En % des quantités

	Ensemble	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	51,5	49,0	53,5
Plante verte ou grasse en pot	4,0	3,7	4,1
Fleurs coupées	9,2	10,4	8,2
Botte toute préparée	28,0	29,2	27,1
Coupe ou bac de plantes	3,0	2,9	3,1
Composition florale ou assemblage	3,9	4,3	3,6
Bronzai	0,3	0,3	0,2
Fleurs séchées	0,1	0,1	0,1
	100	100	100

En % des sommes dépensées

	Ensemble	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	38,3	36,0	40,1
Plante verte ou grasse en pot	3,8	3,9	3,8
Fleurs coupées	11,7	13,1	10,5
Botte toute préparée	22,5	22,9	22,1
Coupe ou bac de plantes	6,3	5,7	6,8
Composition florale ou assemblage	16,8	17,7	16,1
Bonzai	0,4	0,6	0,3
Fleurs séchées	0,2	0,1	0,2
	100	100	100

Répartition Homme/Femme pour chaque catégorie

	Volume (en %)		Valeur (en %)	
	Homme	Femme	Homme	Femme
Plante fleurie en pot	41,3	58,7	42,4	57,6
Plante verte ou grasse en pot	41,0	59,0	45,7	54,3
Fleurs coupées	49,4	50,6	50,5	49,5
Botte toute préparée	45,2	54,8	45,9	54,1
Coupe ou bac de plantes	41,9	58,1	40,6	59,4
Composition florale ou assemblage	47,6	52,4	47,4	52,6
Bonzai	54,2	45,8	59,1	40,9
Fleurs séchées	40,5	59,5	38,9	61,1
Ensemble	43,4	56,6	45,1	54,9

STRUCTURE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE DES INDIVIDUS EN 2009 (Source : Enquête INSEE Emploi 2007 – Estimation 2009)

SEXE DE L'INDIVIDU	
◆ Homme	47.7%
◆ Femme.....	52.3%

Acheteurs par catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage

En structure des achats

En % des quantités

	Ensemble	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise.	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	51,5	59,3	51,1	36,9	41,5	43,5	50,5	59,5
Plante verte ou grasse en pot	4,0	2,5	4,2	4,4	7,1	5,1	5,0	2,4
Fleurs coupées	9,2	9,8	9,0	13,0	12,4	10,0	9,4	7,1
Botte toute préparée	28,0	20,1	26,9	37,3	31,8	33,0	28,3	24,2
Coupe ou bac de plantes	3,0	4,7	2,9	2,6	2,8	2,8	2,5	3,3
Composition florale ou assemblage	3,9	3,6	5,6	5,2	4,1	4,9	3,8	3,2
Bonzai	0,3	-	0,2	0,4	0,2	0,5	0,4	0,2
Fleurs séchées	0,1	-	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

En % des sommes dépensées

	Ensemble	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise.	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel Services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	38,3	43,6	36,0	27,0	31,5	29,6	37,3	46,3
Plante verte ou grasse en pot	3,8	3,0	6,7	4,1	6,9	4,0	4,3	2,1
Fleurs coupées	11,7	16,7	11,9	15,7	14,7	11,3	12,4	9,2
Botte toute préparée	22,5	18,4	18,9	29,3	24,5	25,8	25,4	18,7
Coupe ou bac de plantes	6,3	6,3	4,4	5,3	5,2	6,3	4,7	7,8
Composition florale ou assemblage	16,8	12,1	21,6	18,1	16,7	22,0	15,0	15,4
Bonzai	0,4	-	0,2	0,3	0,3	0,9	0,7	0,4
Fleurs séchées	0,2	-	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Répartition par CSP pour chaque catégorie

Volume (en %)

	Agriculteur	Commerçant Artisan, Chef d'entreprise	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	1,8	5,4	7,7	10,7	7,2	14,6	52,7
Plante verte ou grasse en pot	1,0	5,7	11,9	23,6	10,9	18,9	28,0
Fleurs coupées	1,7	5,3	15,1	17,9	9,3	15,3	35,3
Botte toute préparée	1,1	5,2	14,2	15,0	10,1	15,0	39,3
Coupe ou bac de plantes	2,5	5,2	9,4	12,4	8,1	12,7	49,8
Composition florale ou assemblage	1,5	7,8	14,4	13,9	10,8	14,4	37,2
Bonzai	-	4,5	14,6	10,2	16,4	20,5	33,8
Fleurs séchées	-	7,8	20,1	10,8	5,5	13,6	42,2
Total	1,6	5,4	10,7	13,2	8,5	14,9	45,6

Valeur (en %)

	Agriculteur	Commerçant, Artisan, Chef d'entreprise	Cadre supérieur, Profession libérale	Profession intermédiaire	Employé, Personnel services aux particuliers	Ouvrier	Inactif
Plante fleurie en pot	1,5	5,8	8,9	11,6	7,4	13,4	51,4
Plante verte ou grasse en pot	1,0	10,9	13,7	25,4	9,9	15,8	23,3
Fleurs coupées	1,8	6,3	16,9	17,8	9,3	14,7	33,3
Botte toute préparée	1,1	5,2	16,4	15,3	11,0	15,6	35,4
Coupe ou bac de plantes	1,3	4,3	10,6	11,6	9,5	10,3	52,4
Composition florale ou assemblage	0,9	8,0	13,5	13,9	12,5	12,3	38,9
Bonzai	-	2,3	8,6	10,8	18,7	21,0	38,6
Fleurs séchées	-	12,2	16,6	16,9	3,7	9,2	41,5
Total	1,3	6,2	12,6	14,1	9,5	13,8	42,5

 STRUCTURE SOCIO-DEMOGRAPHIQUE DES INDIVIDUS EN 2009 (Source : Enquête INSEE Emploi 2007 –
 Estimation 2009)

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE

- ◆ Exploitant agricole.....1.8%
- ◆ Commerçant, artisan et chef d'entreprise
(10 salariés et plus).....5.6%
- ◆ Profession libérale, cadre supérieur, profession
artistique.....12.4%
- ◆ Profession intermédiaire, contremaître, clergé.....15.1%
- ◆ Employé, personnel service aux particuliers, police
et armée.....10.8%
- ◆ Ouvrier (OS, OQ, OHQ, O. agricole)19.0%
- ◆ Inactifs.....35.3%

Mode d'achat

	En % des quantités	En % des sommes dépensées
Sur lieu de vente	98,3	95,8
Par téléphone	0,6	1,8
Par Internet	0,6	1,6
Autre	0,5	0,8
Total	100	100

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

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