

Horticulture

LES ÉTUDES



Les achats des français
en végétaux en 2022 :
quels enseignements
et opportunités dans le
contexte d'inflation ?

KANTAR

Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2022



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FranceAgriMer

VALHOR

TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL

METHODOLOGIE

3

LES ENSEIGNEMENTS CLÉS

7



1 | LES FOYERS ONT ACHETÉ MOINS DE VÉGÉTAUX ET ONT RATIONNALISÉ LE BUDGET DÉDIÉ.

14

1.1 Le nombre de foyers acheteurs reste plutôt stable mais le marché baisse en volume et en valeur.

15

1.2 Une baisse du marché liée principalement à la baisse des quantités achetées, quel que soit le lieu d'achat.

28

1.3 La baisse des quantités moyennes achetées fait progresser la part des plus « petits » acheteurs de végétaux.

38

1.4 Les dépenses pour les occasions personnelles et de plusieurs catégories de végétaux se maintiennent au niveau pré-crise.

44



2 | LE SEGMENT DES VÉGÉTAUX D'INTÉRIEUR RECULE MAIS RESTE SUPÉRIEUR À 2020 EN SOMMES DÉPENSÉES.

48

2.1 Le marché des végétaux d'intérieur baisse de façon plutôt uniforme entre lieux d'achat, avec une stabilité des parts de marché.

52

2.2 Les achats pour offrir et pour les occasions personnelles restent les plus importants et résistent mieux..

58



3 | LE SEGMENT DES VÉGÉTAUX D'EXTÉRIEUR RECULE MAIS RESTE SUPÉRIEUR AU NIVEAU PRÉ-CRISE EN VALEUR.

62

3.1 Un segment des végétaux d'extérieur d'ornement en baisse sur tous les lieux d'achats, en particulier auprès des jardinerias.

72

3.2 Des végétaux à destination du potager en tendance baissière depuis deux années.

78



4 | LE MARCHÉ DU CIMETIÈRE EST EN BAISSÉ. LE MARCHÉ DES OBSÈQUES BAISSÉ EN VALEUR MAIS EST EN REPRISE EN QUANTITÉS.

85

Méthodologie



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX



Des résultats issus de sondages réalisés auprès d'un échantillon constant de foyers représentatif des résidants 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



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).



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, fleur, bouquet, un sachet de graines... acheté.



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

Éléments de contexte sur les restrictions de mobilité

- › **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, jardinerie 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 2022 (1/2)

L'année 2022 a été marquée par la **levée des restrictions sanitaires** et des limitations du commerce qui avaient bouleversé les comportements d'achats des Français en 2020 et 2021. Mais elle a été marquée par l'installation durable de différentes contraintes : la crise générale de la logistique et les difficultés d'accès aux matières premières, couplées avec une augmentation des prix de l'énergie et des coûts de production qui ont créé une **spirale inflationniste** lourde de conséquence sur le pouvoir d'achat des Français.

Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat en raison de l'inflation, il est important d'établir le **bilan annuel** des achats et des dépenses de végétaux effectués par les Français et d'identifier les nouvelles tendances et 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 une tendance des Français à vouloir s'entourer de plus de vert, l'année 2022 n'a pas pu tenir ses promesses : les Français ont **rationalisé** le **budget** dédié et **acheté** beaucoup **moins** de végétaux. Les Français dépensent moins pour des **occasions calendaires** (loin des niveaux pré-crise) et par rapport à la bonne année 2021 ont moins acheté simplement pour **se faire plaisir**.

Le marché montre néanmoins une réelle **solidité** sur le long terme avec un **nombre de foyers acheteurs** qui reste presque **stable** (21 millions). Cependant, les **quantités achetées** souffrent d'une **baisse** importante. Cette tendance se vérifie tout au long de l'année, en particulier sur les mois forts de mars et avril, loin des niveaux pré-crise.

La **pression sur les prix**, déjà présente en 2021, s'est renforcée : les Français dépensent de plus en plus pour les végétaux, avec un **prix moyen payé par article en forte hausse** depuis plusieurs années. Cela n'a toutefois pas empêché le marché de **baisser en sommes dépensées** : le budget moyen par foyer diminue et se positionne juste au-dessus du niveau de 2020, tout comme le niveau du marché en valeur.



Contexte & enseignements clés en 2022 (2/2)

Le segment le plus impacté par l'essoufflement du marché est celui des **végétaux d'extérieur**, en particulier d'**ornement**, alors qu'il s'agissait du marché le plus dynamique en 2021. Les achats de végétaux pour le **potager** continuent de baisser également, mais de façon moins importante.

En effet, les achats de végétaux ont du mal à se redynamiser tout particulièrement chez les possesseurs de maisons avec des grands jardins, plus particulièrement en volume (impact de la sécheresse ? Autoproduction ?). Globalement l'attrait pour le jardin reste bien présent mais les achats pour le potager tendent à s'essouffler progressivement, tout comme les achats bio pour le potager (malgré des prix plus stables) qui avaient pourtant régulièrement progressé dans les dernières années.

Le segment des **végétaux d'intérieur** se porte légèrement mieux, mais est en baisse également. La pénétration des foyers achetant pour eux-mêmes est en baisse, alors que les achats pour offrir sont préservés.

Le marché du **deuil** est également très faible en volumes. Après la reprise de 2021, les Français ont acheté moins de végétaux pour le **cimetière**, en valeur le marché reste au-dessus de 2020. D'autre part, après l'évolution atypique de 2021, le segment des végétaux pour les **obsèques** progresse en quantités, mais baisse en valeur.

Les **taux de fréquentation** des lieux d'achats reviennent aux niveaux de 2020, avec un léger recul des jardinerie, de la grande distribution et également de la vente à distance. Les parts de marché restent globalement stables, avec des évolutions similaires dans les principaux circuits. La jardinerie reste en tête en volume, suivie par la grande distribution qui continue de baisser, mais se porte mieux en valeur, avec une augmentation des prix moyens. Les fleuristes restent leaders en valeur, avec des budgets dépensés plus élevés. Malgré leur petite part de marché, les magasins de bricolage et décoration sont en progression sur plusieurs segments.

Les achats de végétaux **en ligne**, en croissance au moment de la pandémie, se stabilisent depuis 2020 : le taux d'acheteurs sur Internet reste stable, tout comme la part de marché, qui reste marginale. Les Français préfèrent toujours acheter dans les magasins : les achats faits par internet dans les circuits traditionnels restent très minoritaires (1/2%).

Le **profil** des acheteurs est toujours très caractérisé : environ deux tiers de la valeur du marché sont réalisés par des femmes et par les personnes de 55 ans et plus, et cette tendance se renforce, avec une augmentation de la part des 65 ans et plus, le socle du marché.



Les enseignements clés en 2022 : global



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

1 Les foyers ont globalement acheté moins de végétaux et ont rationalisé le budget dédié.

- En 2022, **73% des foyers ont acheté au moins un végétal**, taux assez stable par rapport aux années précédentes mais toujours inférieur au niveau pré-crise (76%). Cela représente 21 millions de foyers. Au niveau individu c'est plus de la moitié (54%) des Français de 18 ans et plus qui ont effectué au moins un achat de végétaux dans l'année (-3pts vs 2021). ✦
- Après la progression spectaculaire de 2021, le **budget annuel moyen** des foyers baisse et s'élève à environ 116€ (-14€ vs 2021), mais reste tout de même supérieur aux niveaux de 2020 et 2019. La baisse est plus forte en **quantités moyennes**, qui passent d'environ 32 à 26 végétaux.
- L'ensemble du marché **s'essouffle** et semble se diriger vers un changement d'habitudes d'achat. Après la partielle reprise de 2021, il subit une forte baisse en volume (-15%) atteignant le plus faible niveau jamais enregistré, quel que soit le segment. Cette baisse est principalement portée par les **végétaux d'extérieur**, qui constituent l'essentiel des volumes. Les autres segments se portent mieux (intérieur, cimetière, obsèques), avec un niveau inférieur mais proche de 2020.
- En **valeur**, la baisse est moins importante (-11%) : le niveau reste supérieur à 2020, mais toujours inférieur aux niveaux pré-crise. Malgré cet essoufflement des sommes dépensées au global, les foyers dépensent de plus en plus pour un végétal, avec un prix payé à l'unité qui continue de progresser (4,40€ en 2022), en particulier dans la grande distribution.
- Sauf les magasins de bricolage/décoration, en volume comme en valeur, tous les lieux d'achat sont en baisse par rapport à 2021, même si les fleuristes se portent un peu mieux en volume, et la grande distribution en valeur (significative augmentation des prix). Les **parts de marché** restent **stables** : les jardineries restent en tête en volume, les fleuristes en valeur.
- Les achats sur **Internet**, qui ont fortement augmenté en 2020, restent stables : ce mode d'achat vaut 4% des quantités achetées et 6% des sommes dépensées, le taux des foyers acheteurs sur internet est de 9%.



Les enseignements clés en 2022 : intérieur



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR



2 Le segment des végétaux d'intérieur recule mais reste supérieur à 2020 en sommes dépensées.

- Après l'exceptionnelle progression de 2021, le marché des végétaux d'intérieur **connait un recul** : -10% en volumes achetés et en sommes dépensées. Même si le segment reste en deçà des valeurs pré-crise sanitaire, il ne perd pas totalement la croissance générée en 2021 et reste au-dessus du niveau de 2020 en sommes dépensées.
- **52% des foyers ont acheté un ou plusieurs végétaux d'intérieur**, une pénétration plutôt stable dans les 3 dernières années. Le budget annuel moyen baisse à environ 60€ (-6€ vs 2021), mais reste supérieur aux années précédentes (58€ en 2020 et 2019). Au niveau individu, c'est 38% des Français de 18 ans ou plus qui ont acheté des végétaux d'intérieur, comme en 2021.
- Les **quantités achetées** et les **sommes dépensées** sont **en baisse de façon uniforme sur tous les lieux d'achats**, sauf dans la grande distribution où la perte en valeur est plus limitée. Cette dernière reste le circuit principal en volumes (35%) suivie par les fleuristes (28%). En sommes dépensées les fleuristes sont largement en tête du classement (46%). Ces deux circuits sont de loin les plus fréquentés pour l'achat de végétaux d'intérieur.
- Même si en volume et en valeur la répartition entre achats pour offrir et pour soi-même ne change pas drastiquement, après la hausse de 2021 la part d'acheteurs **qui s'offrent des végétaux d'intérieur** baisse sensiblement et revient au niveau de 2020. Offrir aux autres reste l'occasion la plus importante et représente 72% du marché en valeur. De manière similaire, la part de foyers acheteurs pour des occasions calendaires baisse significativement.

Les enseignements clés en 2022 : extérieur



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR

3 Le segment des végétaux d'extérieur recule mais reste supérieur au niveau pré-crise en valeur.

- En 2022, les **végétaux d'extérieur** (d'ornement et pour le potager) ont été achetés par **52% des foyers**, sensiblement moins que les dernières années (-5pts vs 2021). Cela représente au niveau individu 39% des Français, stable. Après la hausse de 2021, cette année ce segment est celui qui souffre le plus, il affiche une baisse de -16% en volumes achetés - niveau le plus bas depuis 2019 - et de -14% en sommes dépensées - niveau qui demeure toutefois supérieur à la période pré-crise.
- Plus en détail, 42% des ménages ont acheté des végétaux d'ornement (-5pts vs 2021) et 33% des végétaux à destination du potager, taux qui baisse pour la première fois depuis 2019 (-3pts).
- Le **budget moyen** consacré aux végétaux d'extérieur baisse de façon significative à 63€ (-8€ vs 2021), mais reste plus élevé qu'auparavant. Une baisse de budget impactant plutôt les **végétaux d'ornement** (-7€), alors que le budget pour le potager baisse à la marge (-1€).
- L'essoufflement du marché des végétaux d'extérieur est donc corrélé à la **baisse de l'ornement**, en volume (-21%) et en sommes dépensées (-16%), après la forte hausse de 2021. Le segment des végétaux pour le potager est moins fluctuant, mais reste en tendance baissière depuis plusieurs années (-12% en volume, -5% en sommes dépensées vs 2021).
- Les évolutions sont assez homogènes dans tous les lieux d'achat. Les **jardineries** restent toujours en tête du classement en quantités achetées et en sommes dépensées, mais perdent des petites parts de marché dans le segment de l'ornement. En fréquentation, la grande distribution et les jardineries restent les lieux les plus populaires, mais perdent quelques points en pénétration.

Les enseignements clés en 2022 : cimetière & obsèques



4 Le marché du cimetière est en baisse, le marché des obsèques est en reprise en volume.

- **29% des foyers ont acheté un végétal pour le cimetière** (-1pt vs 2021). Le **marché du cimetière baisse**, avec une diminution de -11% en quantités achetées et -7% en sommes dépensées (niveau qui demeure supérieur à 2020). La baisse se concentre sur la période d'octobre, juste avant la Toussaint.
- Le budget moyen par foyer acheteur est d'environ 43€.
- La **grande distribution** reste en tête des parts de marché en volume, et le **fleuriste** en sommes dépensées. Les **jardineries** restent à la 2^{ème} place.
- **10% des foyers** ont fait un achat de **végétaux pour les obsèques** (-1pt vs 2021). Ce segment de marché, à l'inverse de 2021, est en hausse en volume (+8%) et en baisse en sommes dépensées (-11%).
- Le budget moyen par foyer acheteur est d'environ 87€.
- Le **fleuriste**, malgré une baisse des volumes, demeure très largement le lieu d'achat principal pour les obsèques. La vente à distance reste le deuxième circuit.



**Les foyers ont
acheté moins de
végétaux et ont
rationnalisé le
budget dédié**



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

1



1.1

Le nombre de
foyers acheteurs reste
plutôt stable mais le
marché baisse en
volume et en valeur



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

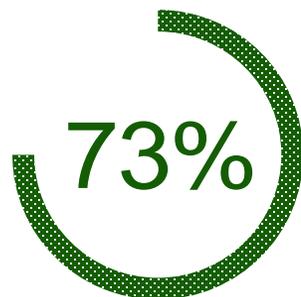


En 2022, la part de foyers acheteurs de végétaux reste presque stable : près de 3 foyers sur 4 en ont acheté, soit 21 millions de foyers. Au niveau individu, toujours plus de la moitié des plus de 18 ans achètent des végétaux, mais cette part baisse un peu par rapport à 2021.



ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ORNEMENT ET POTAGER)

Niveau foyer
Taux de pénétration
 % des foyers acheteurs de végétaux en France



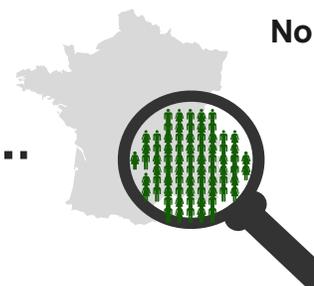
2021 : 75%
 2020 : 75%
 2019 : 76%

Niveau individu
Taux de pénétration
 % des individus acheteurs de végétaux en France

Total population 45%

Individus 18+ 54% ↘
 2021 : 57%
 2020 : 55%

Nombre de foyers acheteurs
 en millions



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

Nombre d'individus acheteurs
 en millions



27,9 M d'individus de 18 ans et plus
 2021 : 29,1 M
 2020 : 27,8 M

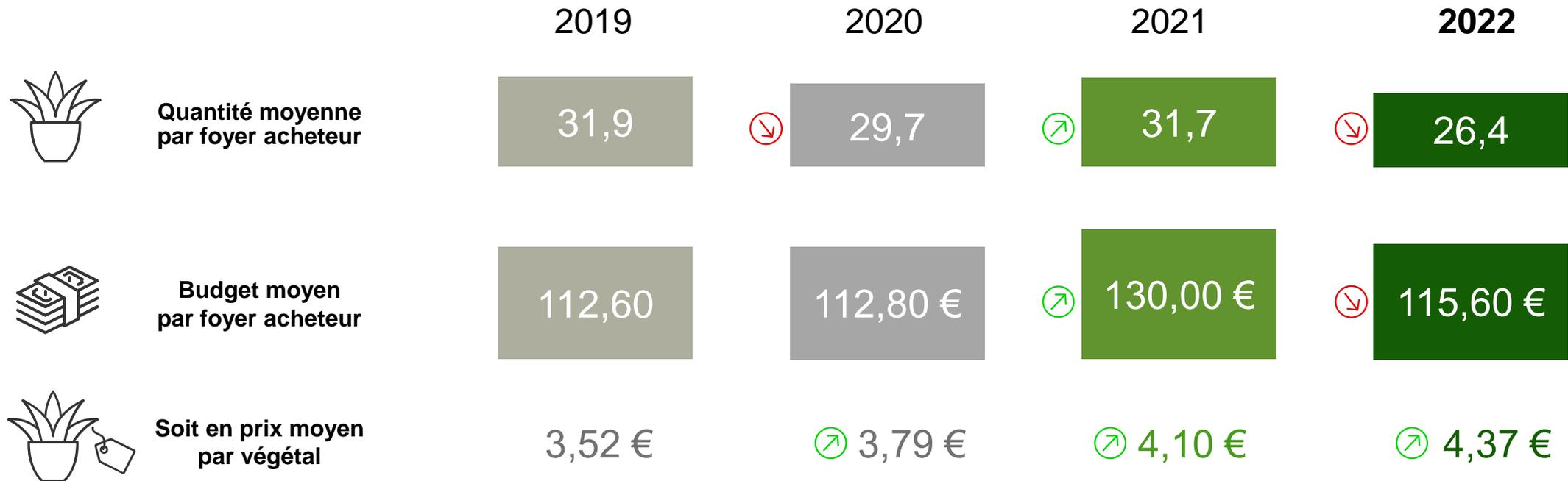
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
 Base : Ensemble des foyers (7000). En 2022, 28 665 069 foyers et 51 224 191 individus de 18 ans et plus en France

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



En détail, une baisse des quantités achetées en moyenne par foyer (5 végétaux de moins) et également du budget annuel moyen (-14€), qui reste toutefois en ligne avec les niveaux de 2019 et de 2020. Le prix moyen par végétal continue d'augmenter depuis 2019 (+ 0,85€ sur 3 ans).

Quantité moyenne achetée et budget moyen dépensé par foyer



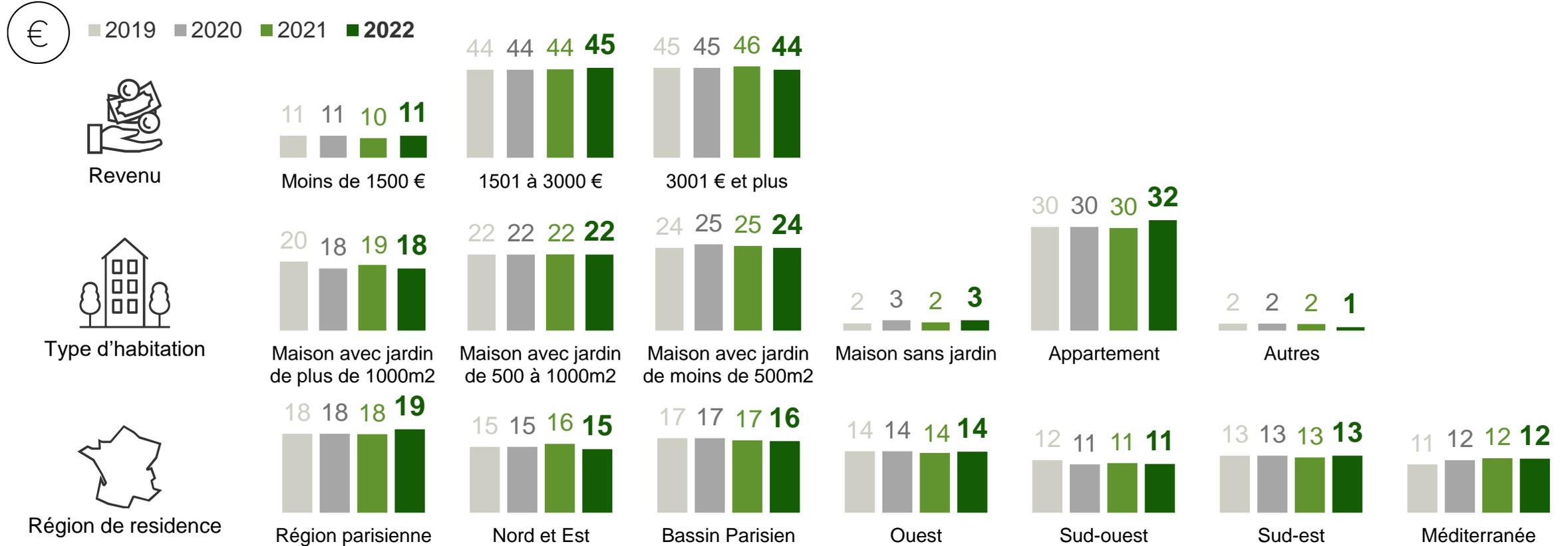
Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5137). Ensemble des végétaux

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



La répartition des sommes dépensées par revenu, type d'habitation et région de résidence du foyer reste toujours stable.

Répartition des sommes dépensées selon le profil du foyer (en valeur %)



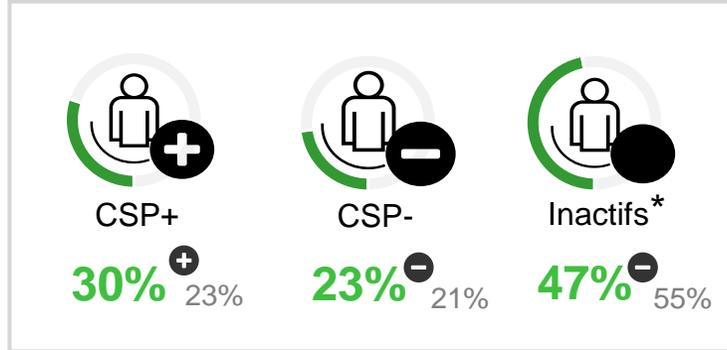
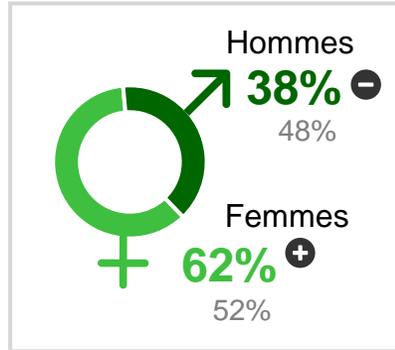
Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5137). Ensemble des végétaux



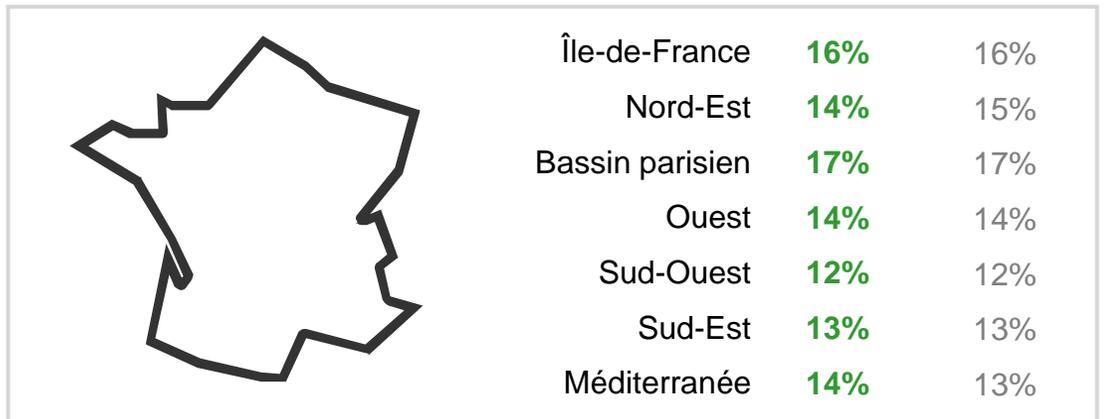
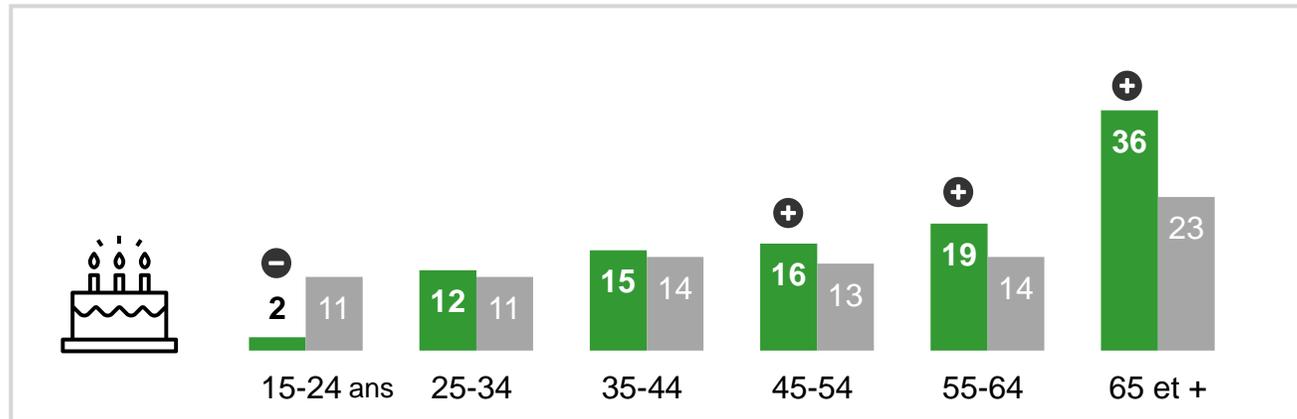
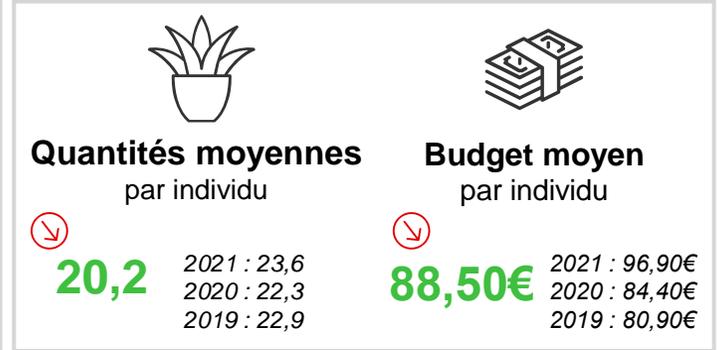
ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX

Un profil des individus acheteurs de végétaux qui reste plus féminin, plus aisé et plus senior que celui de l'ensemble de la population.

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



Acheteurs de végétaux (vert)
Ensemble de la population (gris)



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux (6710) * La catégorie inactif regroupe les individus sans profession, dont les étudiants mais aussi les retraités

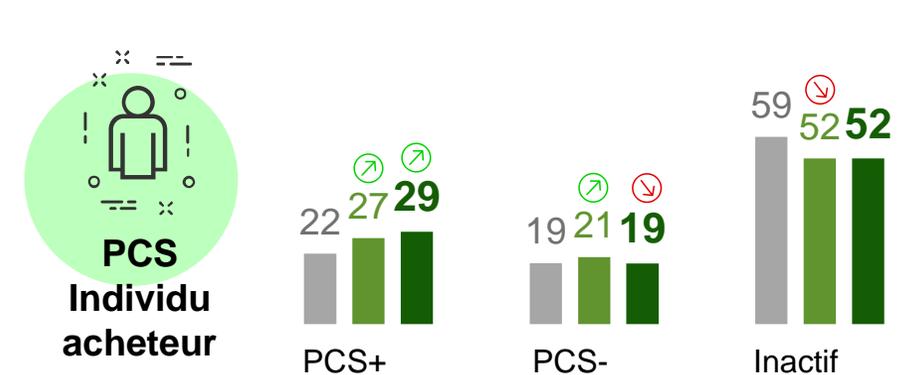
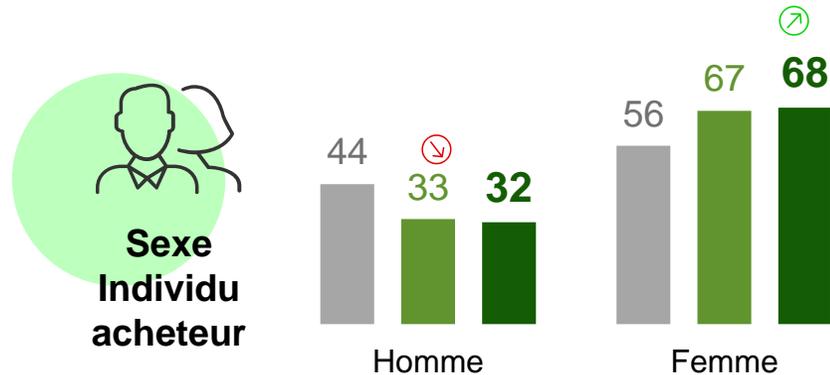
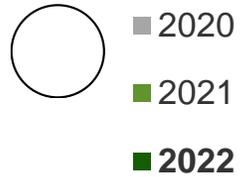
⬆️ ⬆️ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente
⊕ ⊖ Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

En conséquence, les dépenses sont réalisées majoritairement par les seniors (64% par les 55 ans et plus) et les femmes (68%).

Répartition des sommes dépensées selon le profil de l'individu acheteur (en valeur %)



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux (6710)

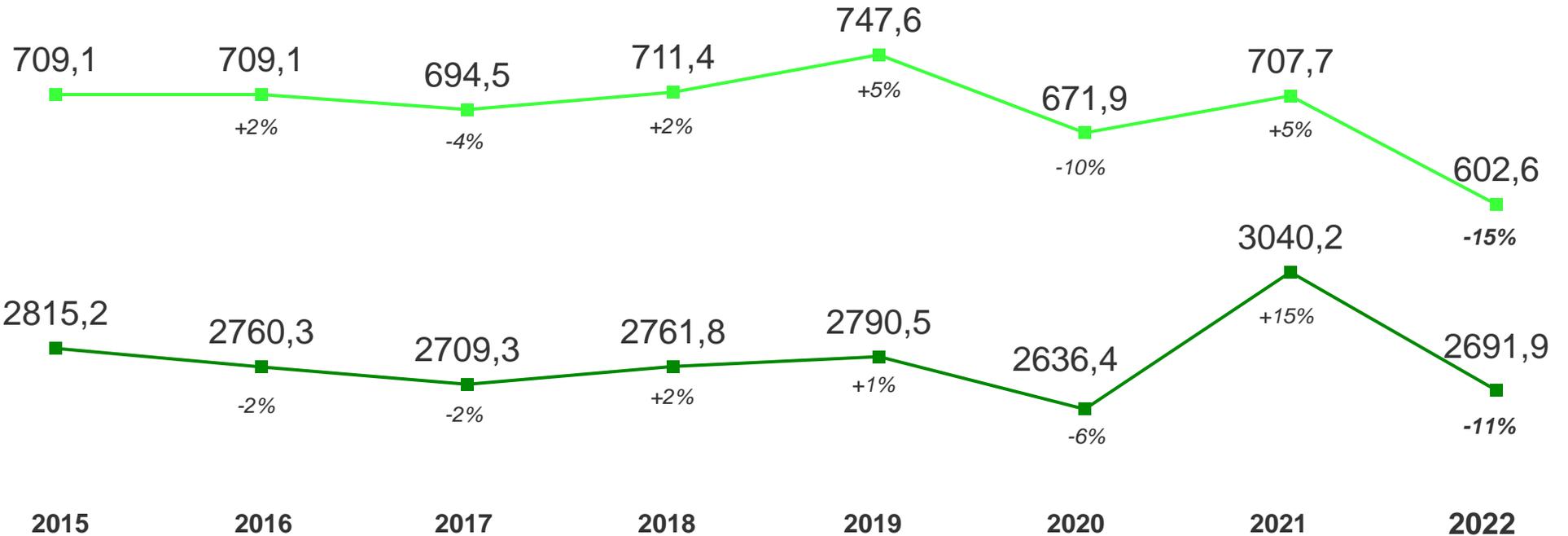
Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



En historique, des quantités achetées en forte baisse, impactées par la crise covid puis par la tendance inflationniste. Les sommes dépensées résistent et reviennent au niveau de 2020, après une forte progression en 2021.

Volume et valeur du marché des végétaux (en millions)


Volume
Quantités achetées (QA)




Valeur
Sommes dépensées (SD)

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

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

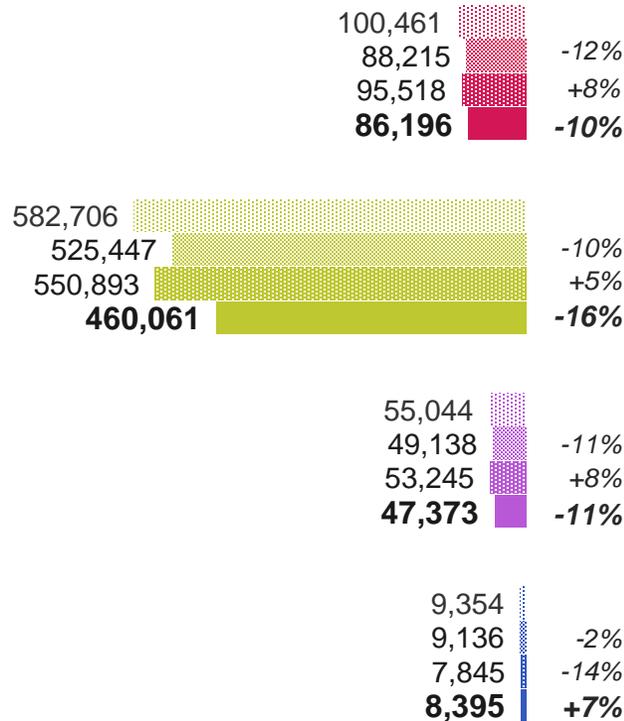


Les sommes dépensées reviennent au niveau de 2020 dans chaque segment. Les végétaux d'intérieur résistent mieux que les autres segments.

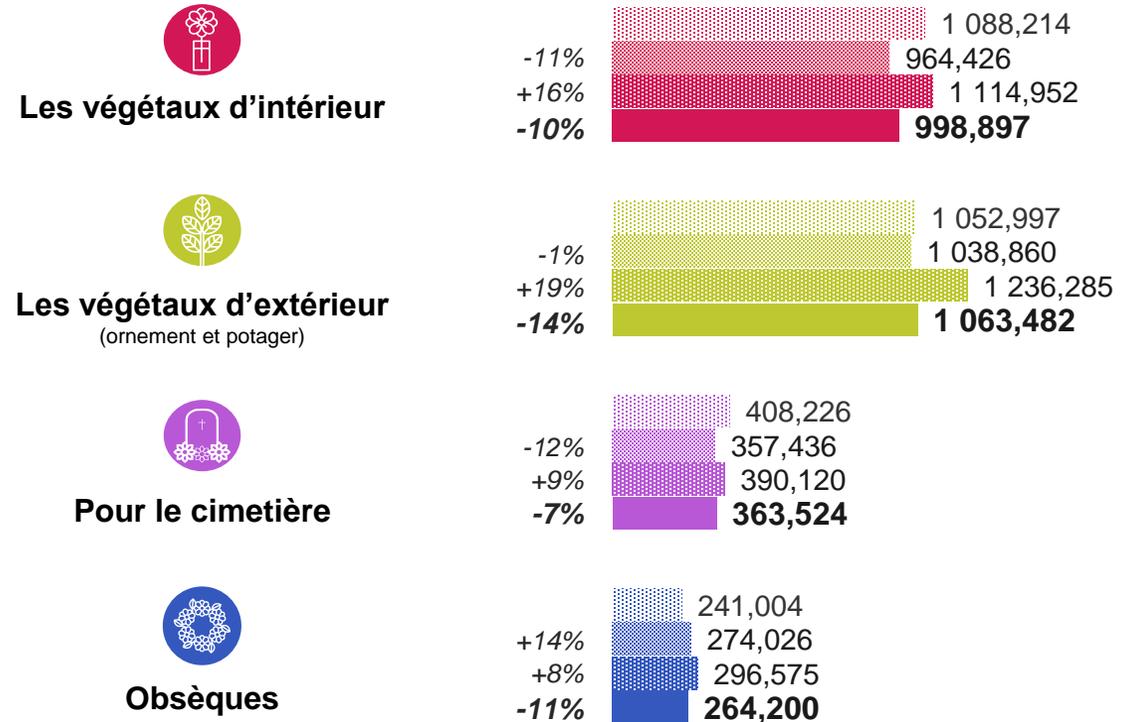
Volume et valeur des différents marchés (en millions)

Volume
Quantités achetées (QA) 

-  2019
-  2020
-  2021
-  2022



€ **Valeur**
Sommes dépensées (SD)



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

Le marché des végétaux d'extérieur reste le plus important, surtout en quantité, mais son poids baisse légèrement en 2022.

Poids des différents marchés



Les végétaux d'intérieur

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



Les végétaux d'extérieur (ornement et potager)

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



Pour le cimetière

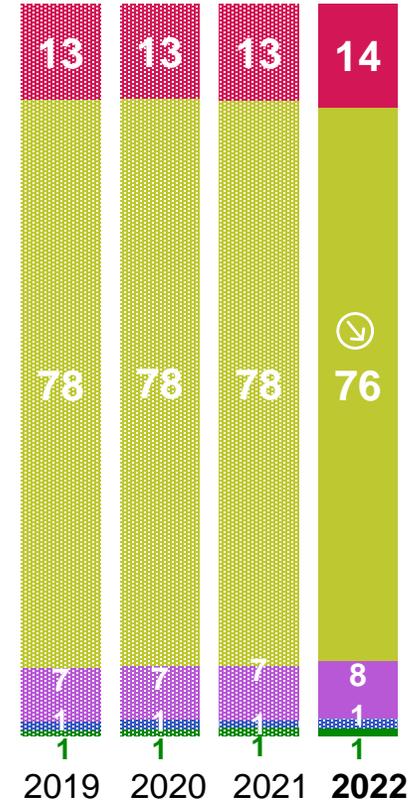


Obsèques

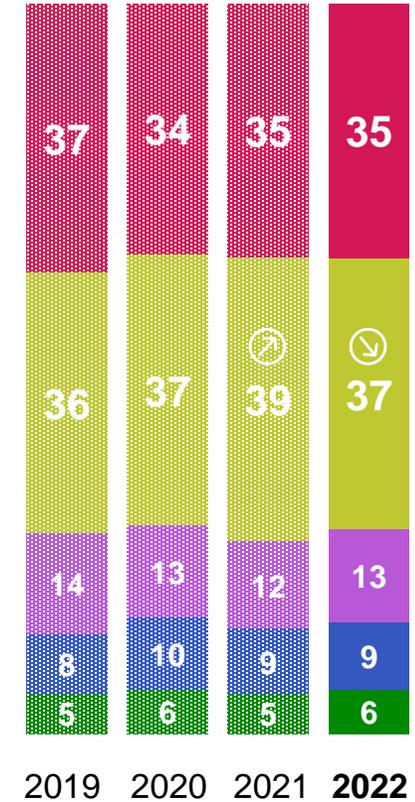


Sapins de Noël naturels

% Volume
Quantités achetées (QA)



% Valeur
Sommes dépensées (SD)



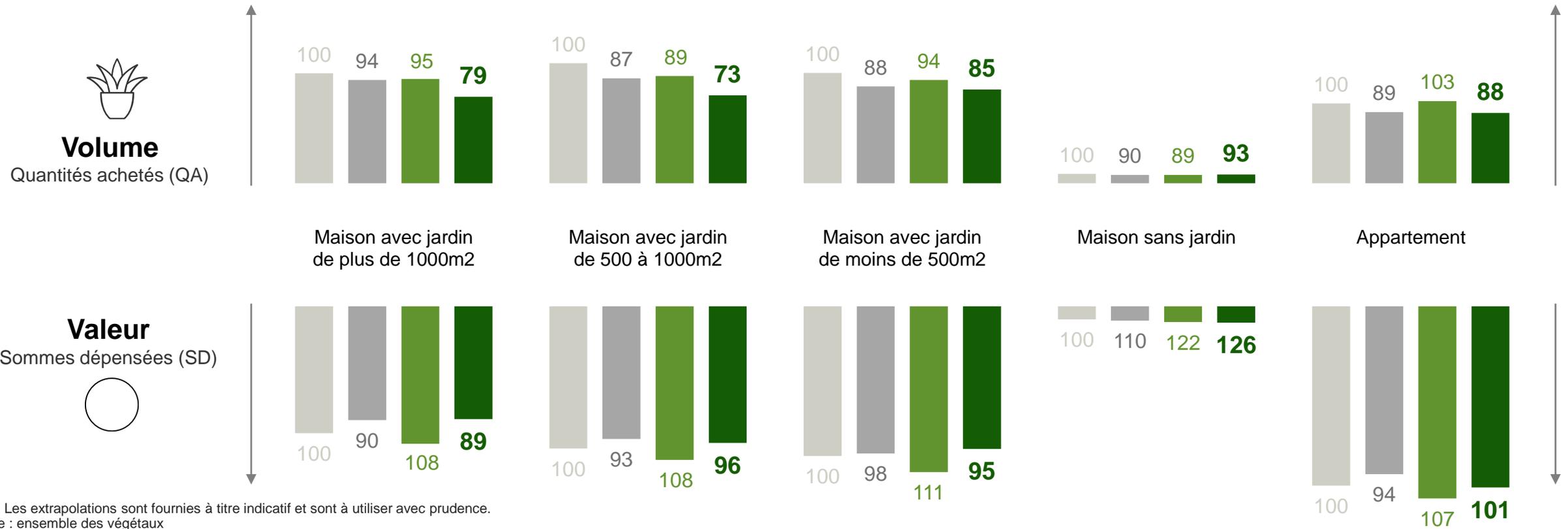
Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Base : ensemble des végétaux + sapins de Noël naturels



[NEW] Depuis la crise sanitaire, les achats de végétaux ont diminué surtout chez les possesseurs de maisons avec grand jardin (500m² ou plus), particulièrement en volume.

Quantités achetées et sommes dépensées par type d'habitation en indice (2019=100)



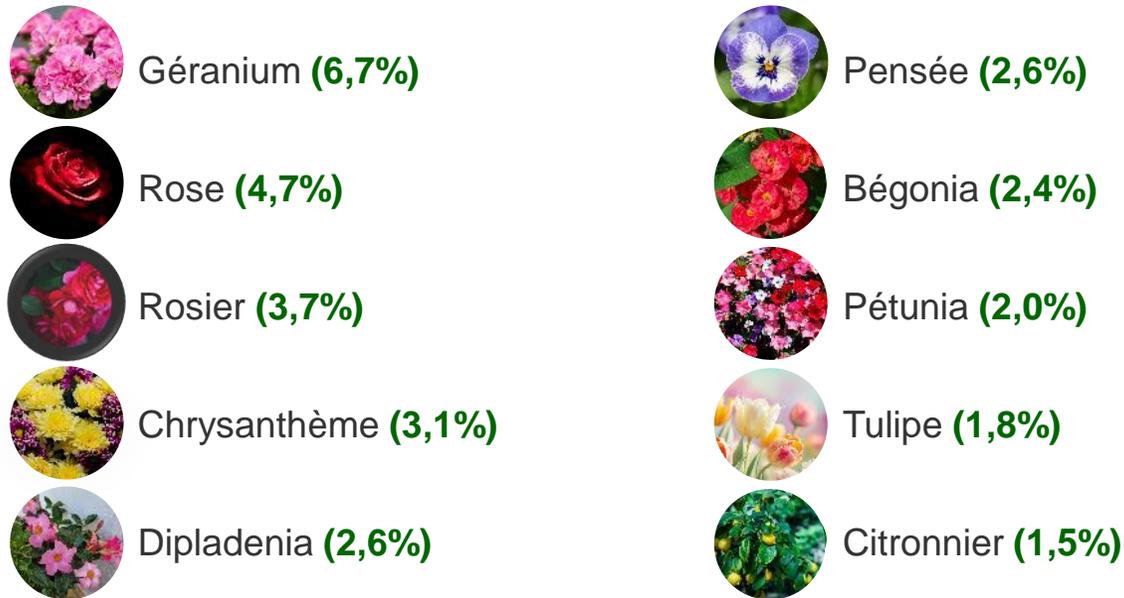
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux



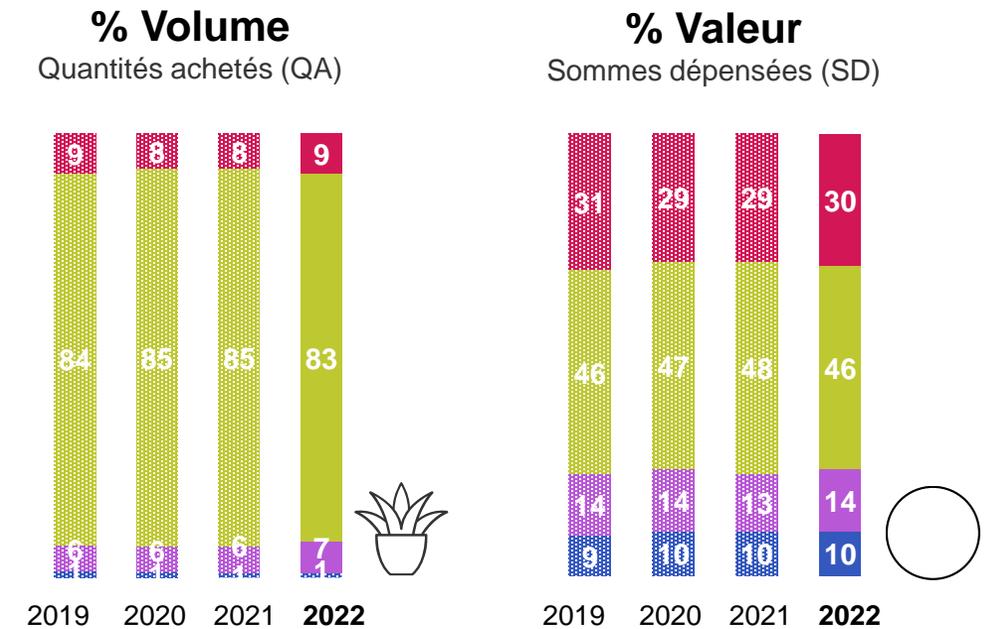
[NEW] Chez les possesseurs de grands jardins, la part des végétaux d'extérieur est la plus élevée en volume comme en valeur. Les espèces les plus achetées sont les géraniums, les rosiers et les chrysanthèmes.

Poids des différents marchés chez les possesseurs de grands jardins

€ **Sommes dépensées par espèces**
(pour soi-même et pour le jardin)



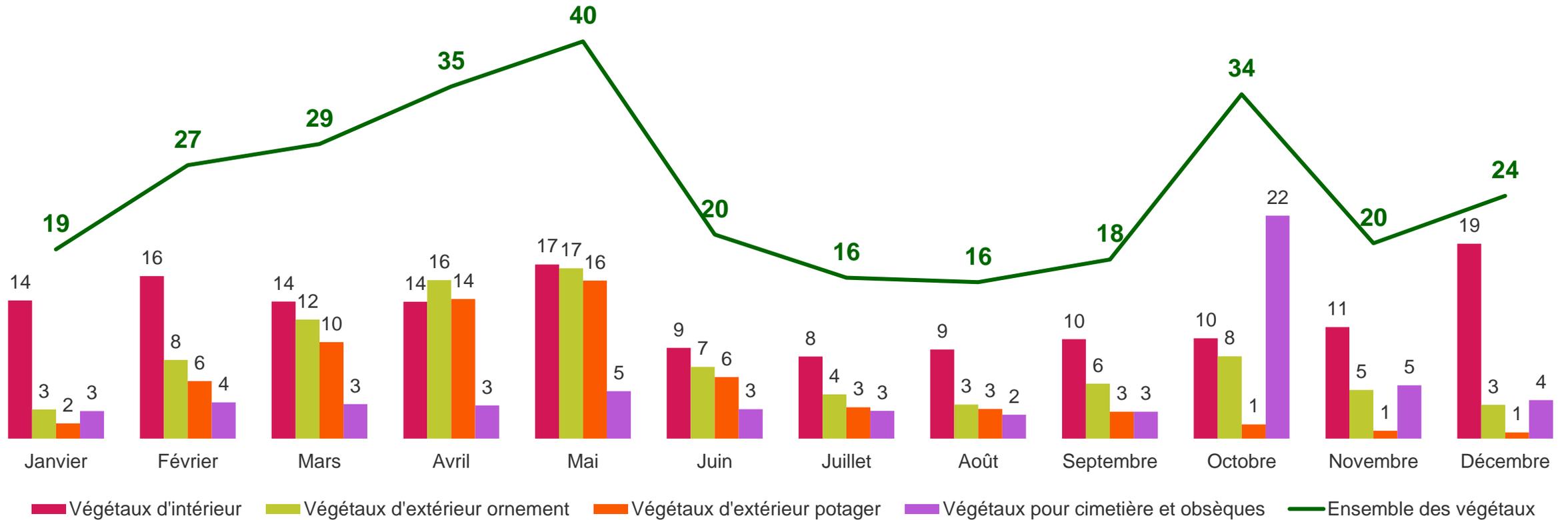
■ Végétaux d'intérieur ■ Végétaux d'extérieur ■ Végétaux pour le cimetière ■ Végétaux pour les obsèques





[NEW] Les achats de végétaux sont sujets à une forte saisonnalité, avec des pics d'acheteurs en avril et mai (achats de végétaux d'extérieur et pour le potager) et en octobre (achats pour le cimetière avec la Toussaint / célébration des défunts).

Taux de foyers acheteurs par type de végétaux (en %)

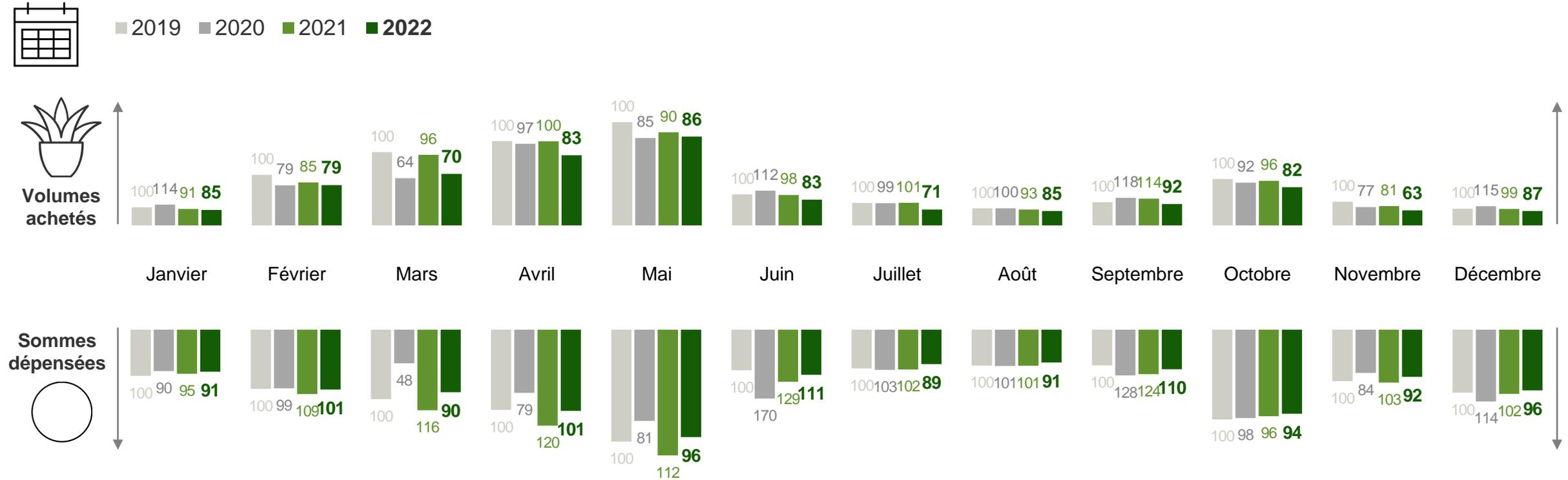


Base : ensemble des foyers (7000)



En quantité, la majorité des achats est réalisée sur la période février-mai, avec un pic marqué en valeur en octobre. Les volumes et les sommes dépensées sont en baisse sur tous les mois de l'année par rapport à 2021, notamment en mars.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



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

1.2

Une baisse
du marché liée
principalement à la
baisse des quantités
achetées, quel que
soit le lieu d'achat



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

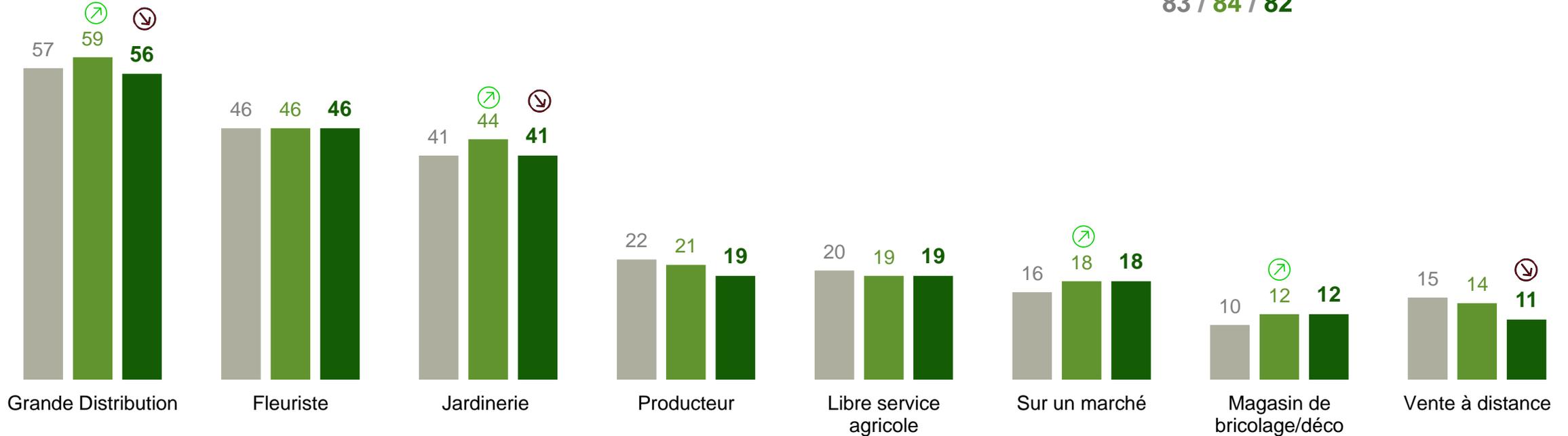


La grande distribution, les jardinerie et la vente à distance voient leur nombre de clients reculer, alors qu'il reste stable dans les autres lieux d'achat.

Pénétration des lieux d'achats en % de foyers



■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Professionnels des végétaux

83 / 84 / 82

Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) : 5137

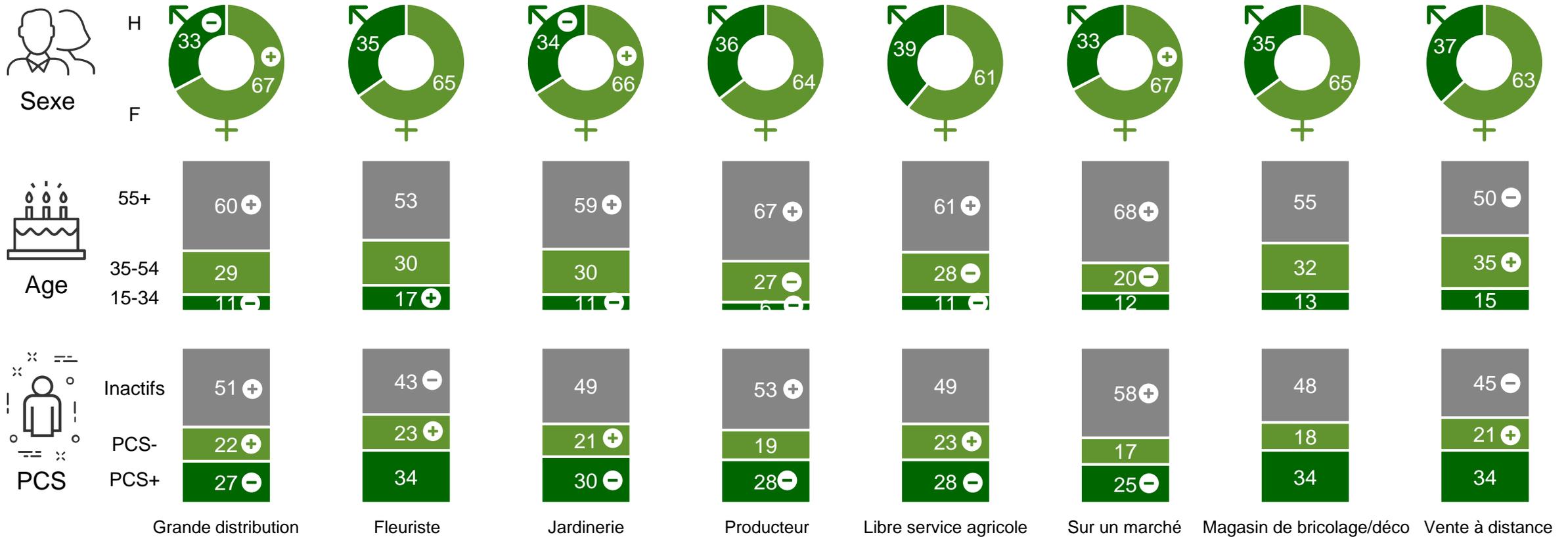
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

Les inactifs et les plus de 55 ans sont encore plus en force sur les marchés et chez les producteurs. Les femmes sont très majoritairement présentes sur tous les lieux d'achats, mais de façon moins marquée sur 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

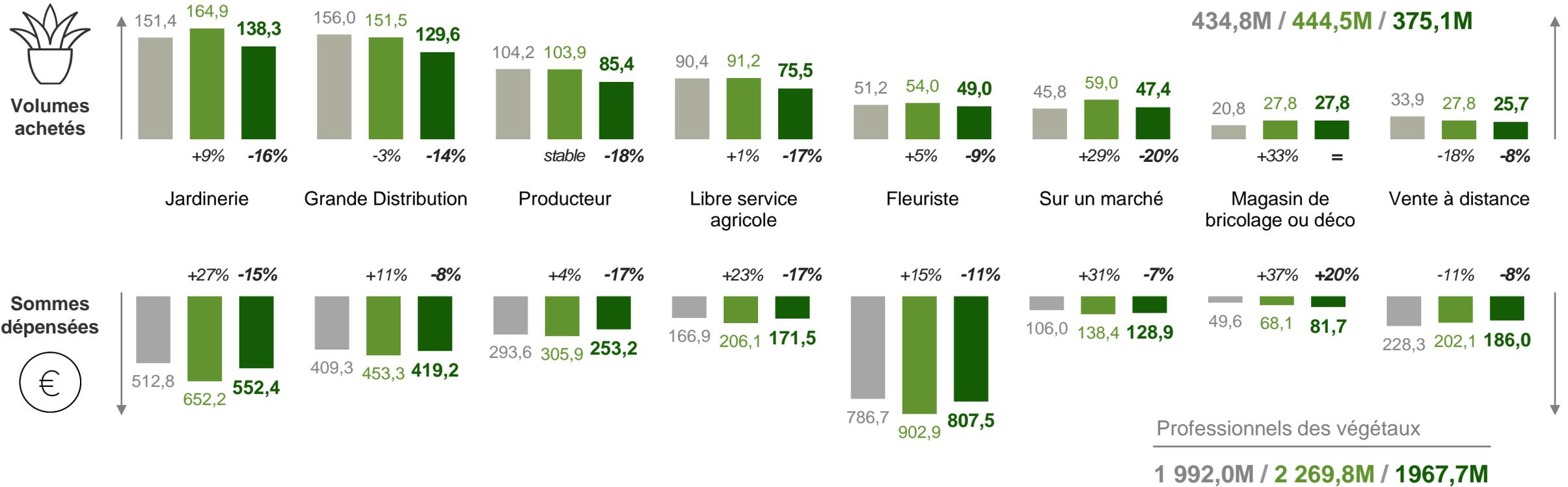


ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

Seuls les magasins de bricolage / décoration résistent en volume et progressent en valeur. Tous les autres lieux sont en recul vs 2021. Les fleuristes résistent mieux en volume, la grande distribution en valeur.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



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

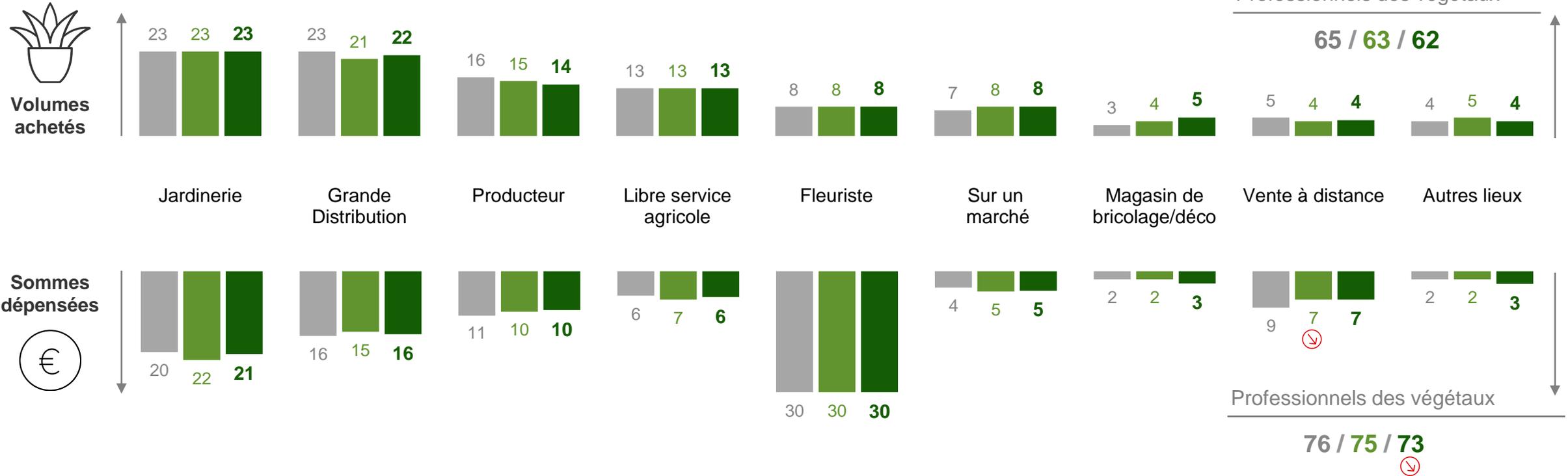
-x% / +x% = évolution vs l'année précédente



Les parts de marché restent globalement stables, avec une tendance à la baisse chez les producteurs et une tendance à la hausse dans les magasins de bricolage/décoration en volume. Les jardinerie restent en tête en volume, les fleuristes en valeur.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : ensemble des achats de végétaux

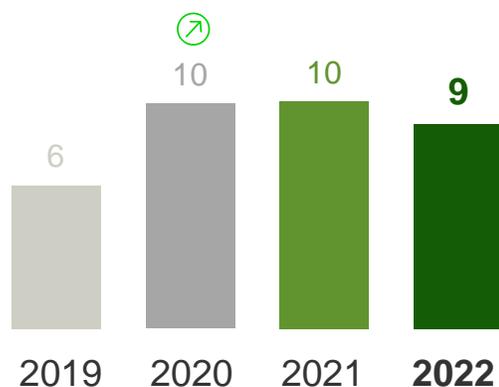
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] 9% des foyers acheteurs de végétaux font des achats sur Internet, part stable depuis 2020. Avec un prix moyen par végétal en constante hausse, ce mode se maintient en valeur, sans toutefois confirmer l'engouement de 2020.

Pénétration et part de marché des achats sur internet

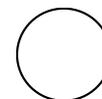
■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

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



Volumes
achetés

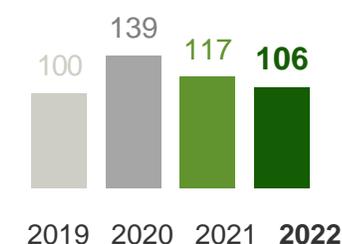
Sommes
dépensées



% part de marché
des achats sur internet



évolution des achats
en indice (2019=100)



Soit en prix moyen
par végétal :

Année	2019	2020	2021	2022
Prix moyen	6,85€	8,40€	9,19€	10,90€

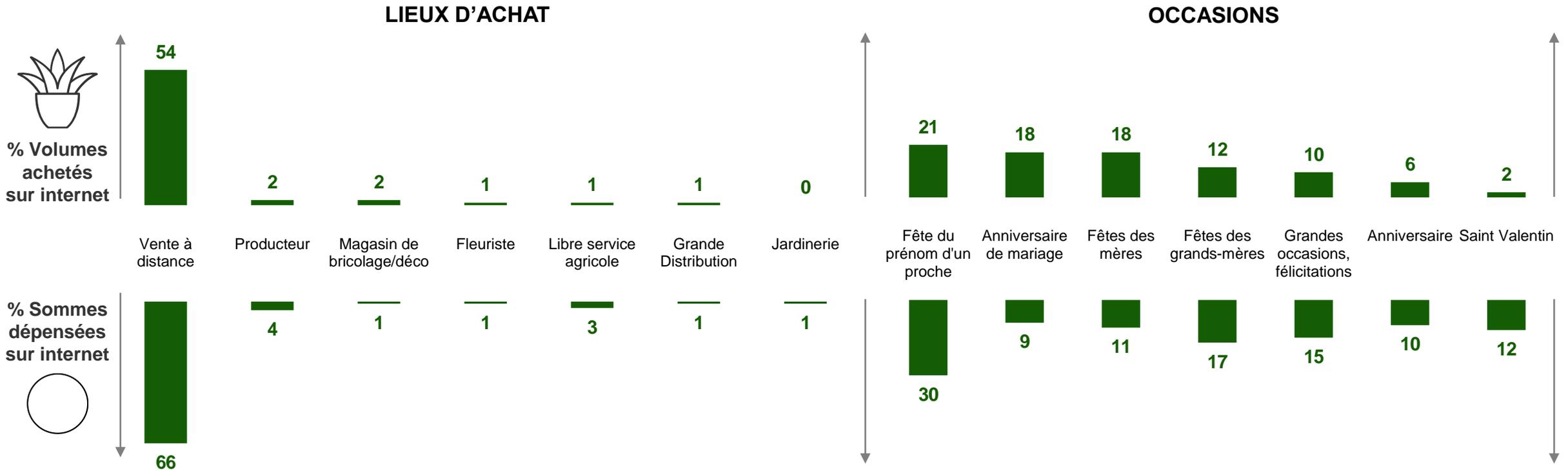
Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux d'ornement (5137)
Sur l'ensemble des végétaux, les achats sur internet en 2022 représentent 4% des volumes et 6% des valeurs

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



[NEW] Les achats sur Internet se concentrent uniquement auprès des spécialistes de la vente à distance. Ce canal est un peu plus utilisé pour des occasions très spécifiques.

Part des achats sur internet par lieu d'achat et par occasion



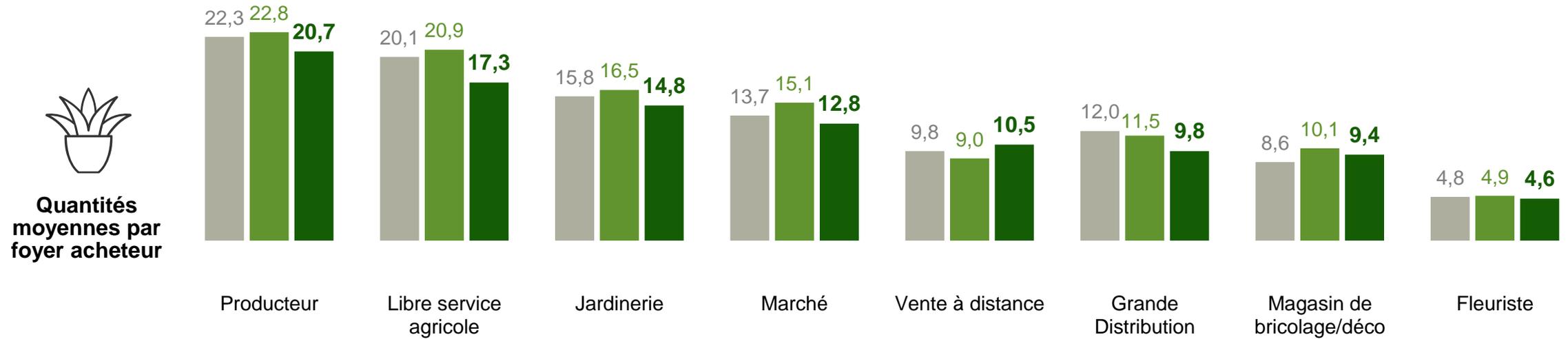
Base : ensemble des achats de végétaux



Seule la vente à distance connaît une augmentation des quantités moyennes, en recul dans tous les autres lieux d'achat. Les producteurs restent en tête, suivis par le LISA et la jardinerie.

Quantités achetées en moyenne par foyer acheteur dans le circuit

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



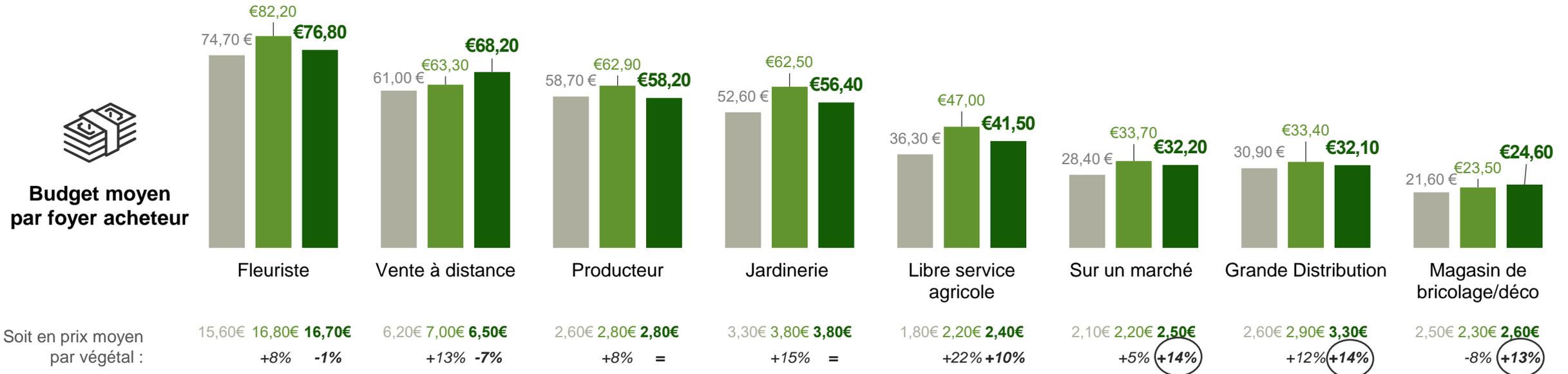
Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) dans chaque canal



De même, les budgets dépensés en VAD et magasin de bricolage augmentent, alors qu'ils retrouvent les niveaux de 2020 dans les autres lieux d'achat. L'augmentation du prix moyen par végétal est nette en grande distribution, sur les marchés et les magasins de bricolage/déco.

Budget moyen par foyer acheteur dans le circuit

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



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

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



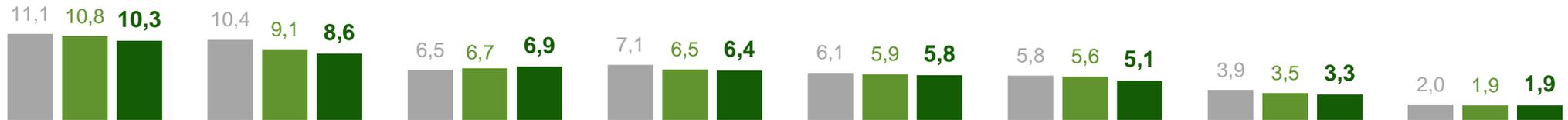
En volume, le panier moyen par achat est le plus élevé chez les producteurs (environ 10 végétaux) et LISA. En valeur, les paniers moyens par achat sont les plus élevés pour la vente à distance et les fleuristes.

Panier moyen par achat dans le circuit

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Panier moyen par achat
En volume



Producteur Libre service agricole Magasin de bricolage/déco Jardinerie Vente à distance Sur un marché Grande Distribution Fleuriste



Panier moyen par achat
En valeur



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

1.3

La baisse des quantités moyennes achetées fait progresser la part des plus « petits » acheteurs de végétaux



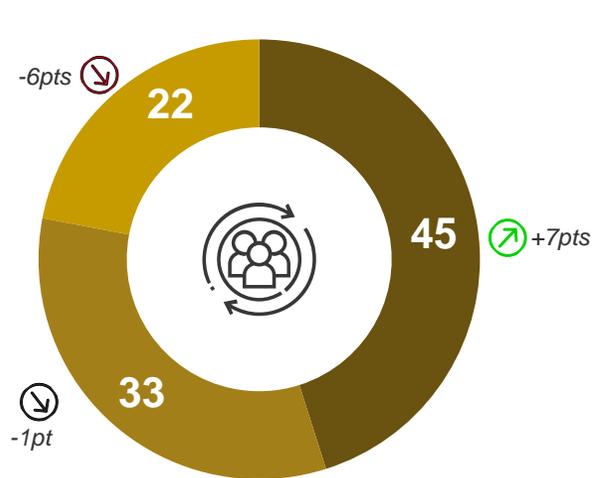
ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

La baisse des quantités achetées par foyer fait augmenter significativement la part des petits acheteurs au détriment des gros. Les gros acheteurs représentent encore la majorité des achats en volume mais pas en valeur, où les moyens et petits acheteurs gagnent en importance.

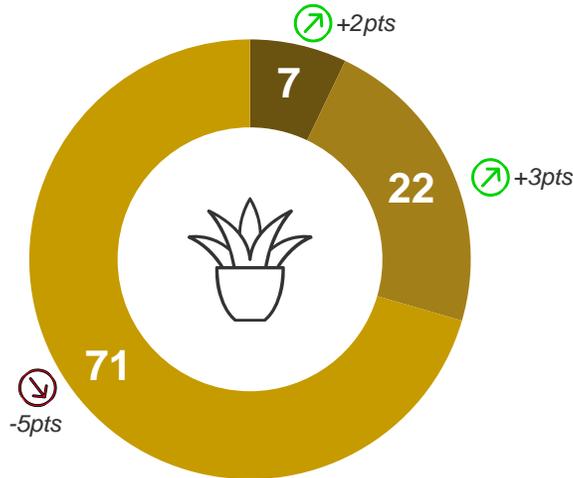
Indicateurs pénétration, volume et valeur

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

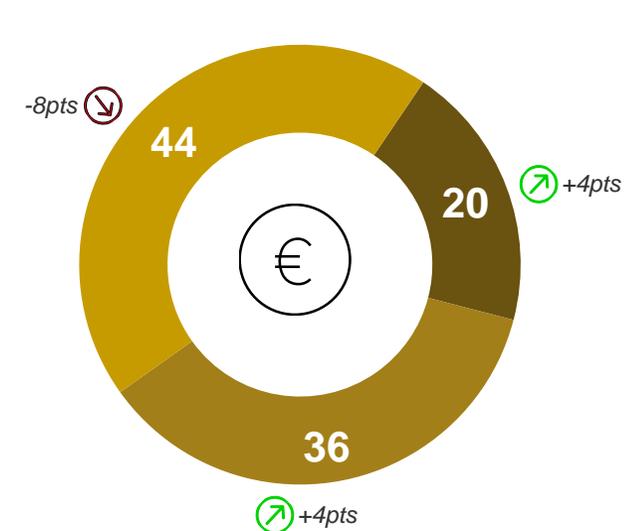
Répartition des Acheteurs (foyer)



Répartition des quantités achetées



Répartition des sommes dépensées



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2316), moyens (1693), gros (1128)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

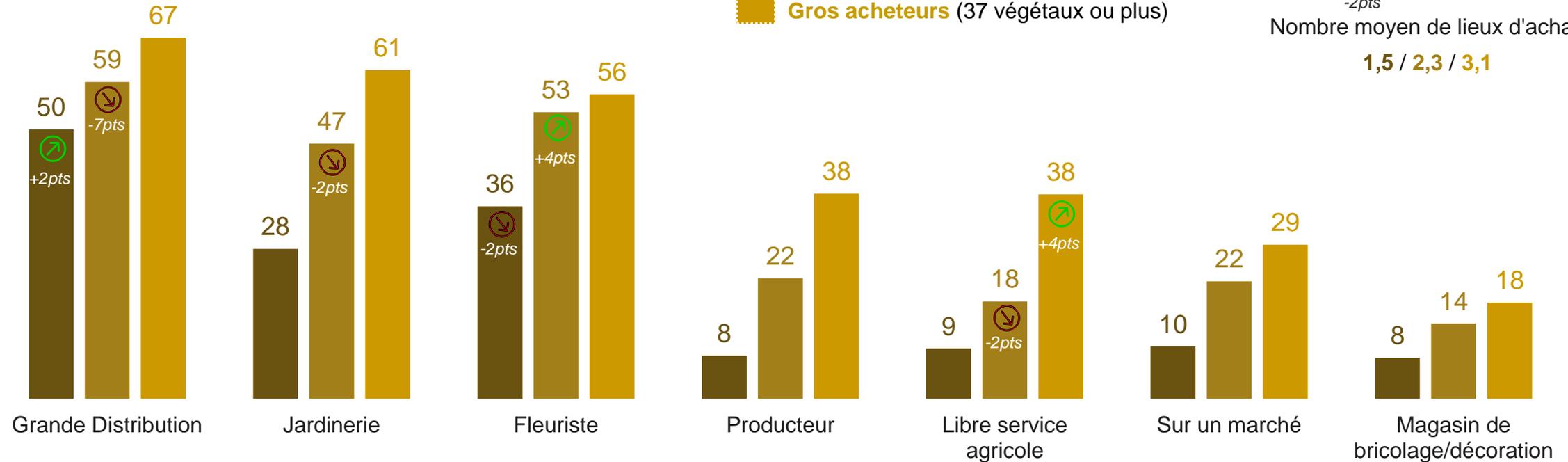


Les petits acheteurs fréquentent beaucoup moins les professionnels des végétaux, en faveur de la grande distribution. Plus on achète de végétaux, plus on s'approvisionne dans des lieux d'achats différents.

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

69 / 90 / 97



-2pts

Nombre moyen de lieux d'achats

1,5 / 2,3 / 3,1

Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2316), moyens (1693), gros (1128)

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

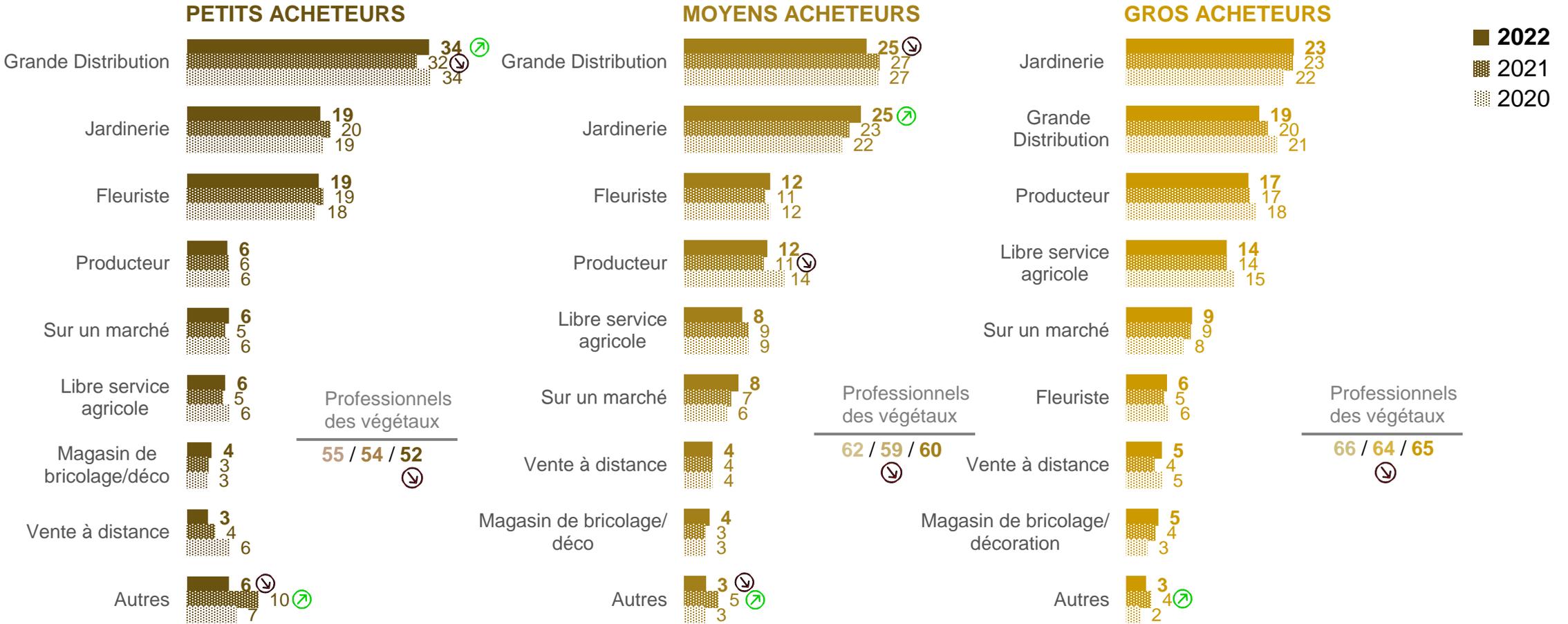


ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX

En volume, la grande distribution reste le 1^{er} circuit chez les petits acheteurs. Les jardinerie sont très importantes chez les moyens et surtout chez les gros acheteurs, où elles creusent leur écart avec la grande distribution.



Volumes achetés



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2316), moyens (1693), gros (1128)

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

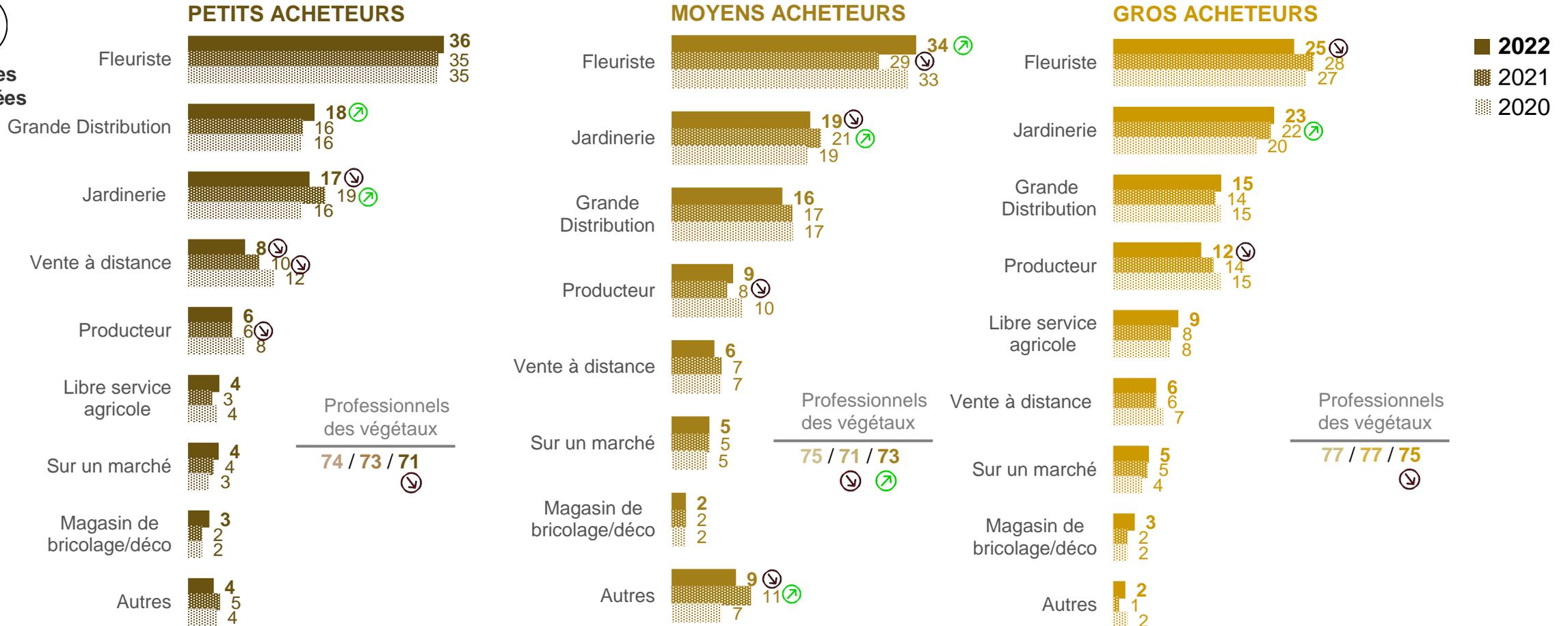


ENSEMBLE
DES
VÉGÉTAUX

En valeur, le fleuriste reste le 1er circuit quel que soit le type d'acheteurs (en baisse chez les gros acheteurs et en hausse chez les moyens acheteurs). Par rapport à 2021, les petits et les gros achètent moins auprès des professionnels des végétaux, les moyens un peu plus.



Sommes
dépensées



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2316), moyens (1693), gros (1128)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

1.4

Les dépenses pour les occasions personnelles et de plusieurs catégories de végétaux se maintiennent au niveau pré-crise



VÉGÉTAUX
D'ORNEMENT



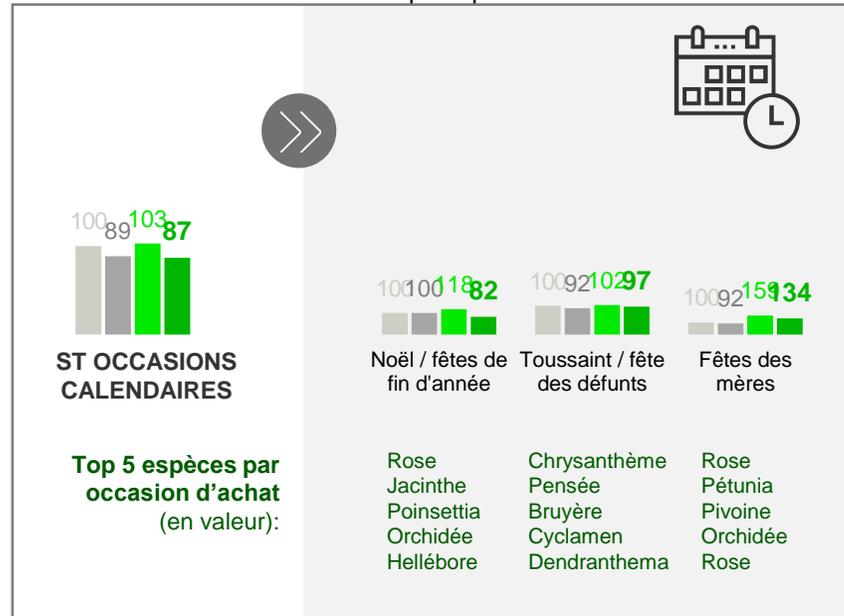
[NEW] Malgré la baisse, les dépenses pour les principales occasions personnelles se maintiennent aux niveaux pré-crise, alors que celles pour des d'occasions calendaires restent en dessus des attentes.

Evolution des sommes dépensées par occasion d'achat (2019=100)

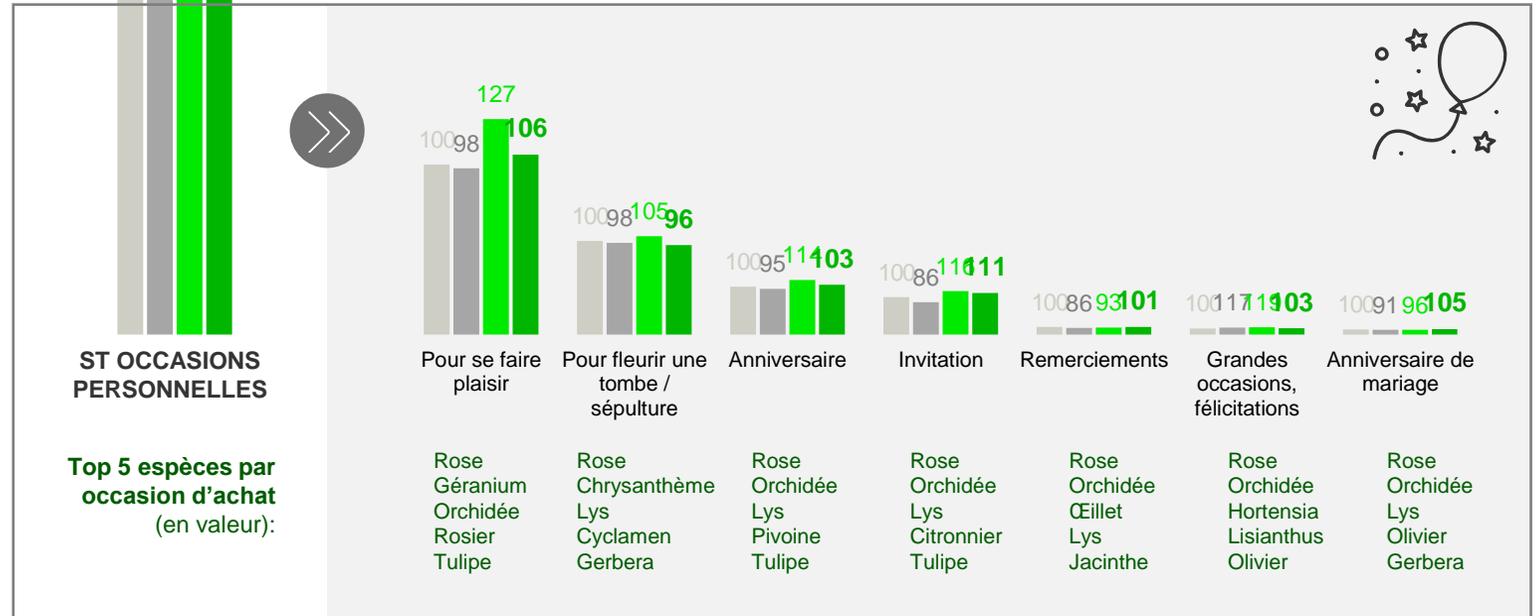
■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

€ Sommes dépensées

Détail des principales occasions calendaires



Détail des principales occasions personnelles



Base : achats de végétaux d'ornement

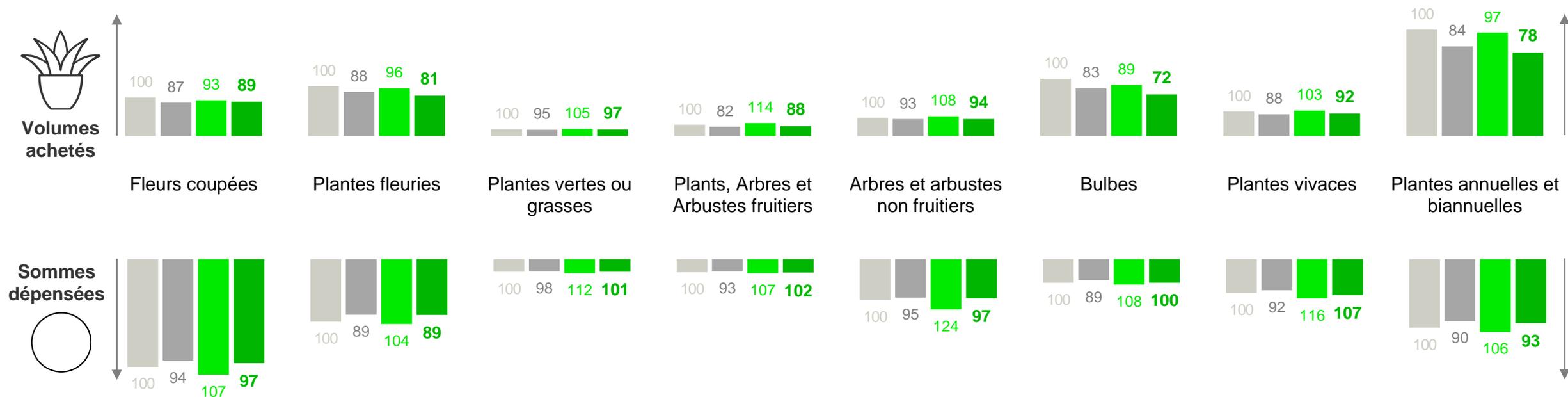
[NEW] Similairement, plusieurs catégories de végétaux maintiennent les niveaux pré-crise sanitaire en valeur.



VÉGÉTAUX
D'ORNEMENT

Evolution des volumes et sommes dépensées par catégorie en indice (2019=100)

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : achats de végétaux d'ornement

[NEW] En Automne / Hiver, les espèces les plus achetées sont les pensées, suivies par les chrysanthèmes et les roses. En valeur cependant, les roses sont largement en tête, suivies par les chrysanthèmes (prix moyen bien plus élevé).

Evolution des volumes et sommes dépensées par espèce en Automne / Hiver - TOP 8 (2019=100)

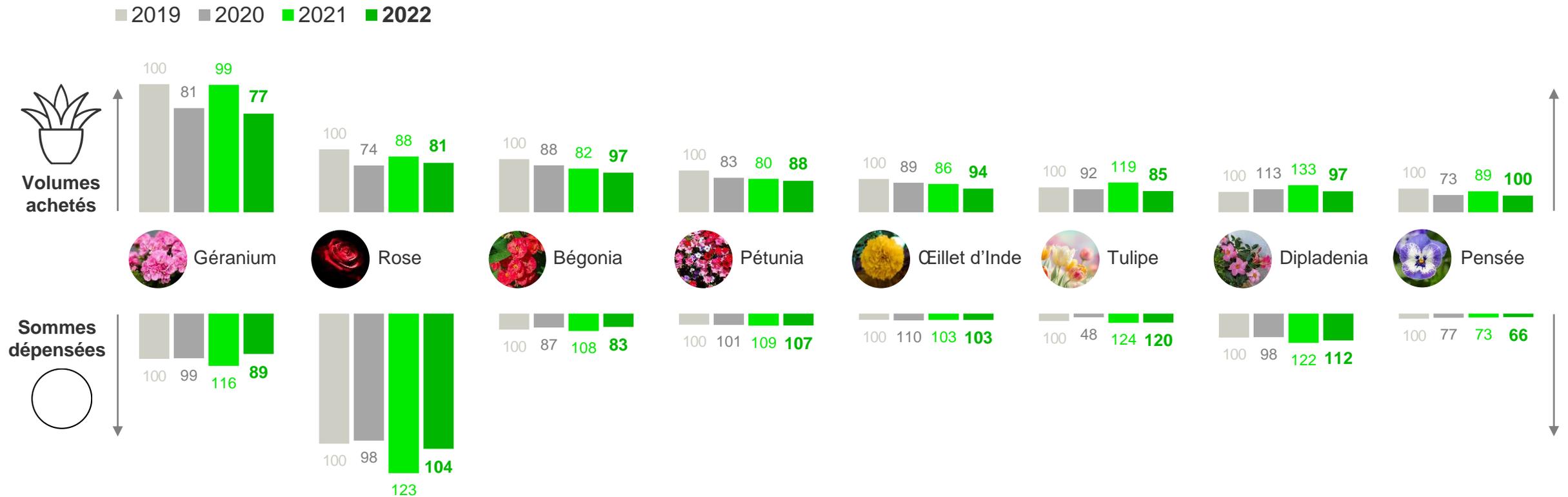


Base : achats de végétaux d'ornement

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] En Été / Printemps, les espèces les plus achetées sont les géraniums, suivies par les roses et les bégonias. En valeur, les roses sont en tête, loin devant les autres espèces.

Evolution des volumes et sommes dépensées par espèce en Été / Printemps - TOP 8 (2019=100)

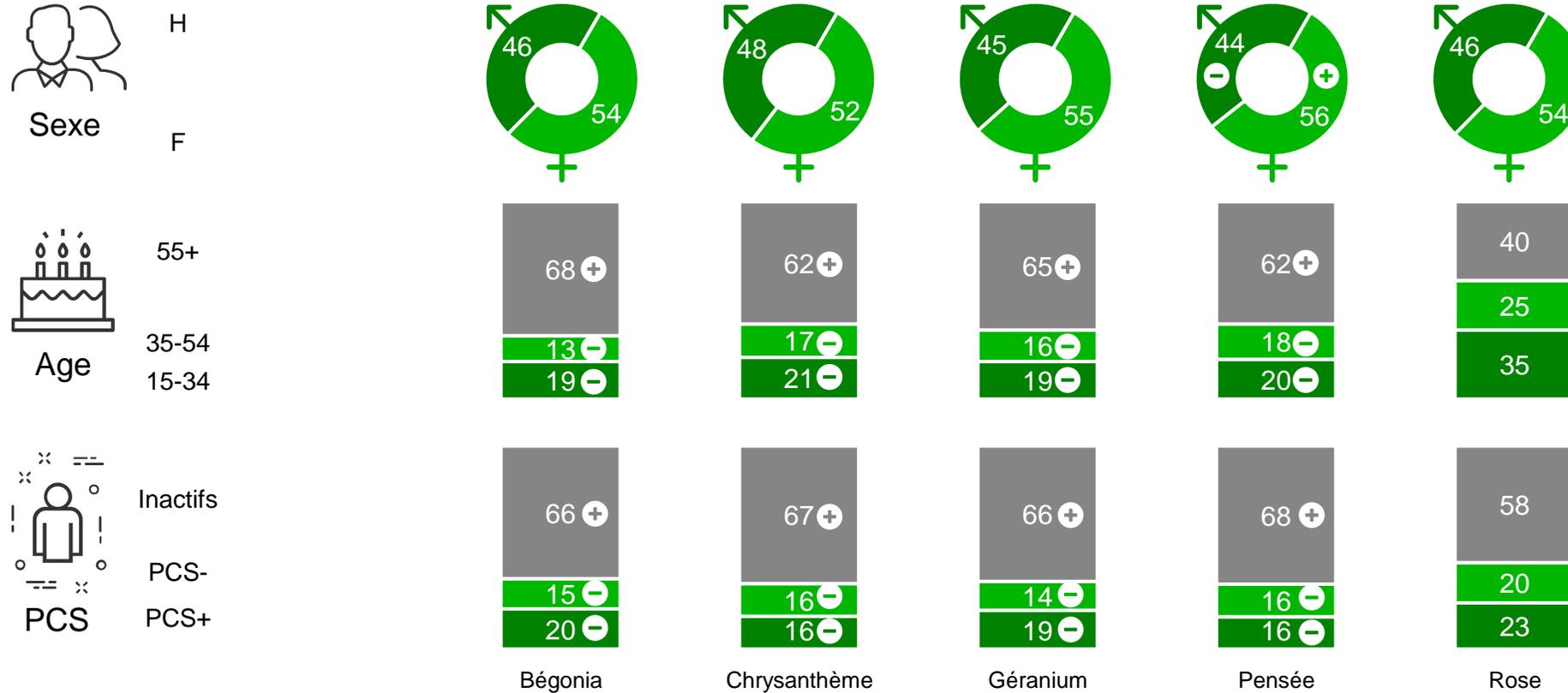


Base : achats de végétaux d'ornement

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] Le profil des acheteurs de roses est similaire au profil des acheteurs au global, alors que les acheteurs de bégonias, chrysanthèmes, géraniums et pensées sont plus âgés et plus inactifs. Les pensées sont plus achetées par les femmes.

Profil des individus acheteurs par espèce (TOP 5) (en % d'individus)



Base: Individus acheteurs de l'espèce

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

Le segment des végétaux d'intérieur recule mais reste supérieur à 2020 en sommes dépensées.



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR

2



Plus de la moitié des foyers français a acheté au moins un végétal d'intérieur en 2022. Le budget moyen et la quantité moyenne par foyer acheteur diminuent et retrouvent un niveau similaire à 2020, ce qui entraîne une baisse des sommes dépensées et des volumes achetés.



Les végétaux d'intérieur

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

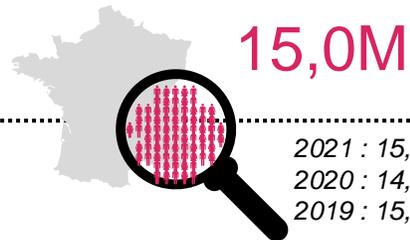


Taux de pénétration
% des foyers en France



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

Nombre de foyers
en millions



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

Quantité moyenne
en volume



5,3

Quantités en moyenne
par foyer acheteur

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

Budget moyen
en valeur



60,20€ ↓

De budget moyen
par foyer acheteur

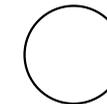
2021 : 65,80€ ↑
2020 : 58,20€
2019 : 58,30€



Volumes achetés

86,2M (-10%)

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



Sommes dépensées

998,9M€ (-10%)

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

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000). En 2022, 28 665 069 foyers en France

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

38% des individus de 18 ans et plus ont acheté au moins un végétal d'intérieur en 2022, comme en 2021. La majorité du marché en valeur est réalisée par des femmes et par des personnes âgées de plus de 55 ans.

Taux de pénétration individu



Taux de pénétration
% des individus de 18 ans et plus en France

2021 : 38% 
2020 : 35%

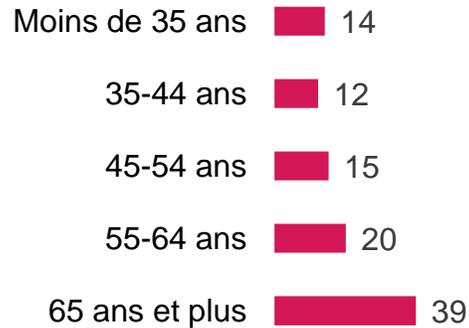


19,6M d'individus de 18 ans et plus 2021 : 19,4M / 2020 : 17,6M

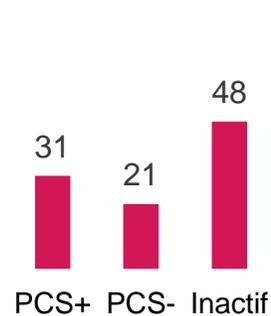
Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)



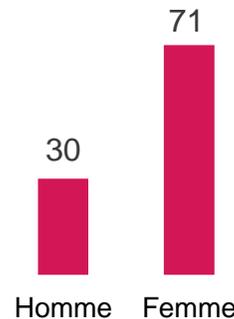
Age



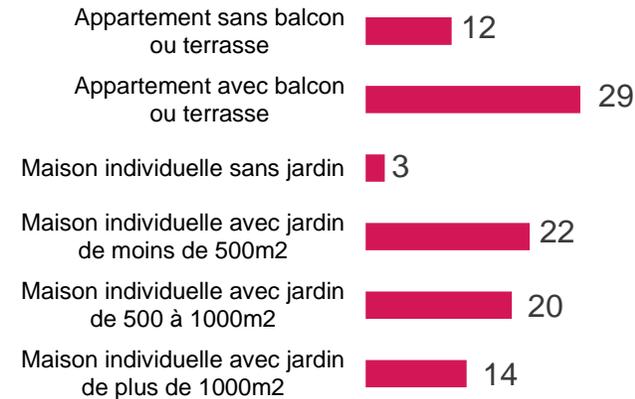
PCS



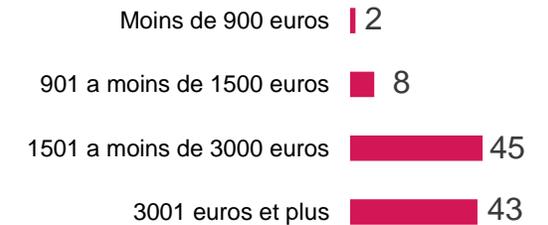
Sexe



Type d'habitation



Revenu

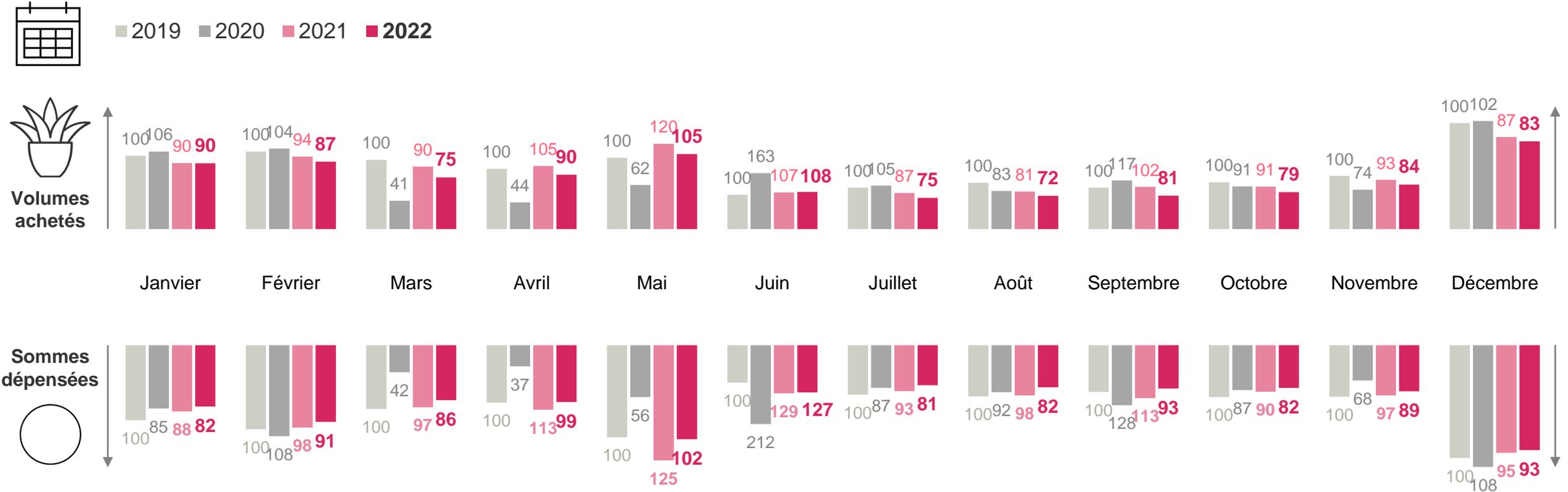


Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'intérieur (4621). En 2022, 51 224 191 individus de 18 ans et plus en France

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Malgré une bonne performance à remarquer sur la période mai / juin, les volumes achetés et les sommes dépensées sont en baisse et encore en dessous des niveaux pré-crise sur la plupart de l'année.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



Base : achats de végétaux d'intérieur

2.1

Le marché
des végétaux
d'intérieur baisse de
façon plutôt uniforme
entre lieux d'achat,
avec une stabilité des
parts de marché



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR

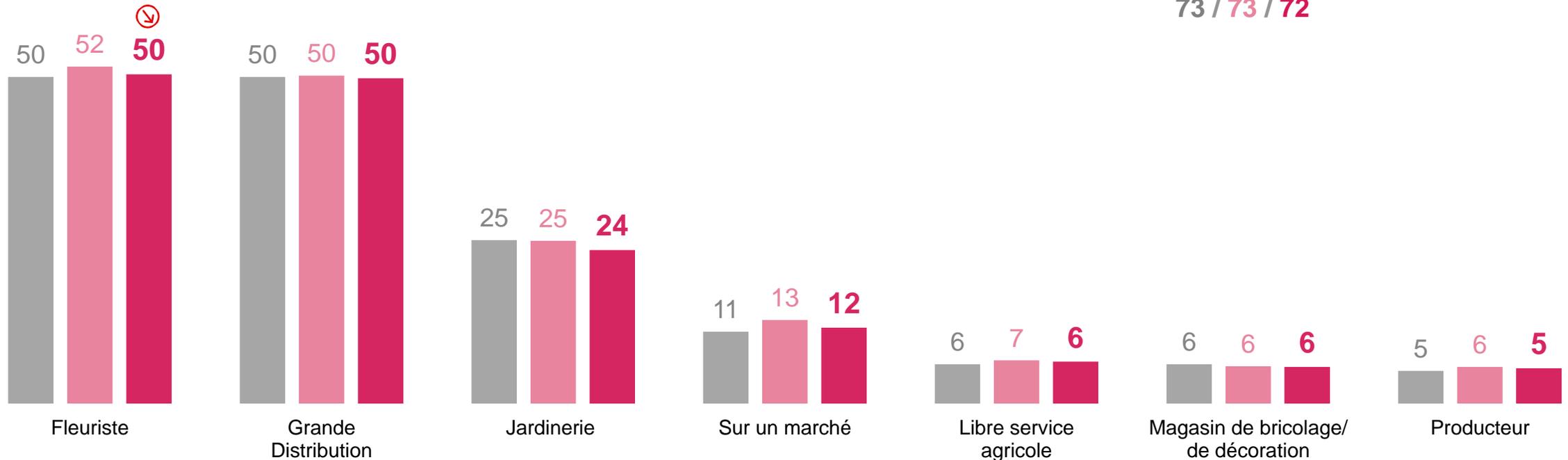


En pénétration, les niveaux restent plutôt stables, sauf pour les fleuristes qui reviennent au niveau de 2020. Les fleuristes et la grande distribution sont les circuits les plus fréquentés, suivis de loin par les jardineries.

Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs



■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

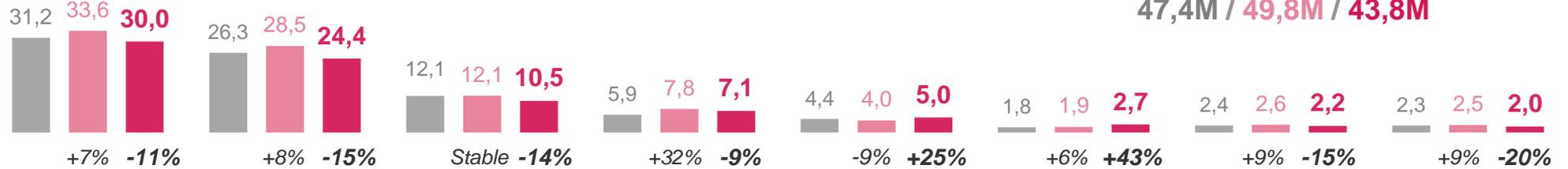
La grande distribution est en tête en volumes achetés, les fleuristes largement en valeur. On observe de manière générale une baisse des quantités achetées et sommes dépensées dans tous les lieux, sauf dans les magasins de bricolage et décoration.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



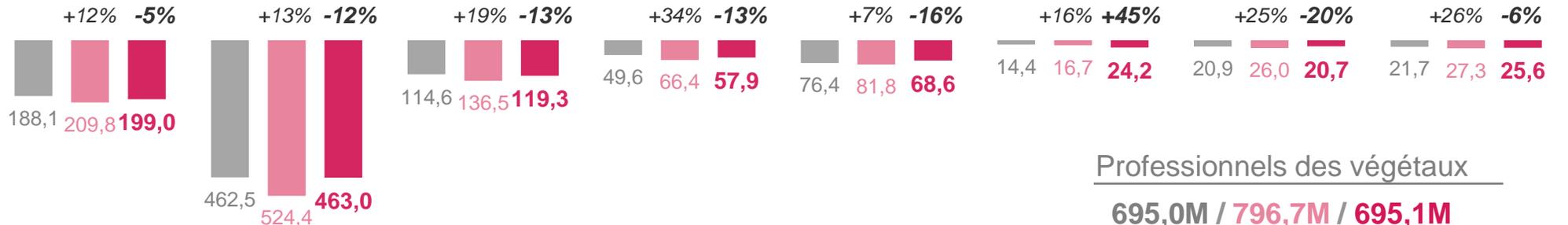
Volumes
achetés



Professionnels des végétaux

47,4M / 49,8M / 43,8M

Sommes
dépensées



Professionnels des végétaux

695,0M / 796,7M / 695,1M

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

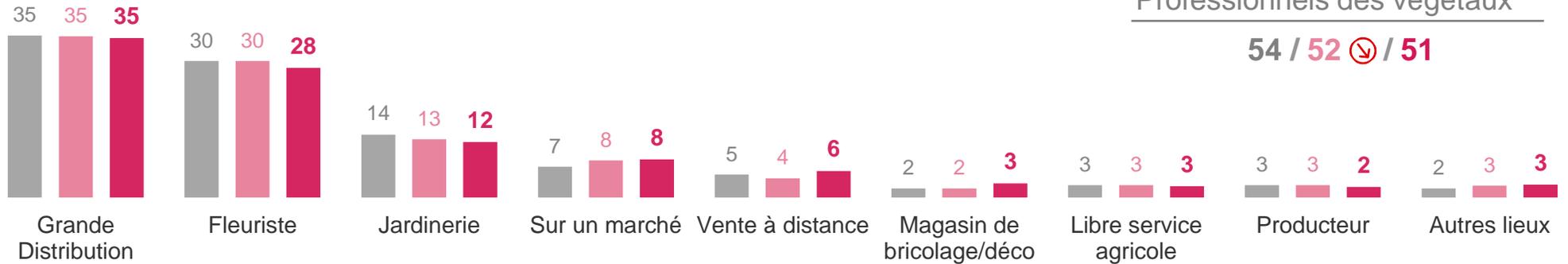
En conséquence, les parts de marché restent plutôt stables, avec la grande distribution en tête en volume et les fleuristes en valeur. Cependant, la part de marché des professionnels des végétaux tend à diminuer en valeur cette année.

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

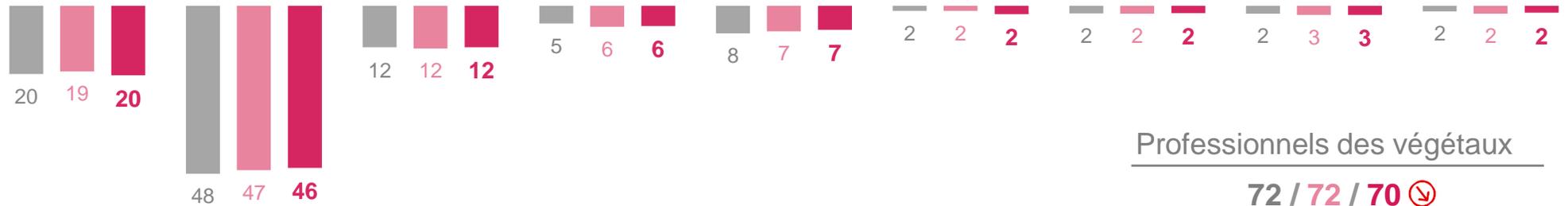
■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Volumes
achetés



Sommes
dépensées



Base : achats de végétaux d'intérieur

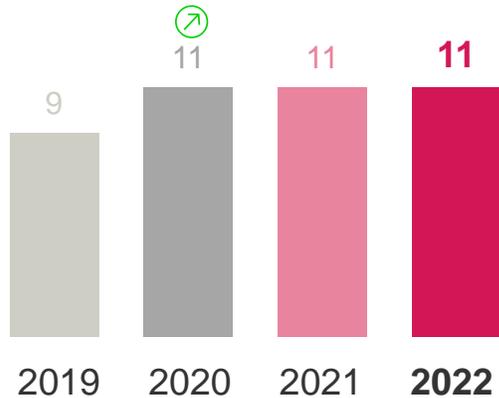
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] 11% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur font des achats sur Internet, stable depuis 2020. La part de marché est cependant marginale. Cette année les sommes dépensées baissent, mais restent supérieures au niveau pré-crise sanitaire.

Pénétration et part de marché des achats sur internet



% foyers acheteurs de végétaux d'intérieur sur internet

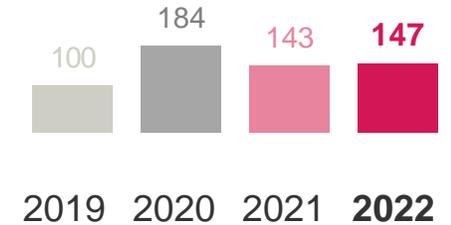


Volumes achetés

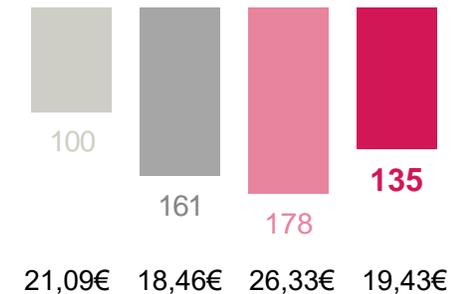
% part de marché des achats sur internet



évolution des achats en indice (2019=100)



Sommes dépensées



Soit en prix moyen par végétal :

Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3652)

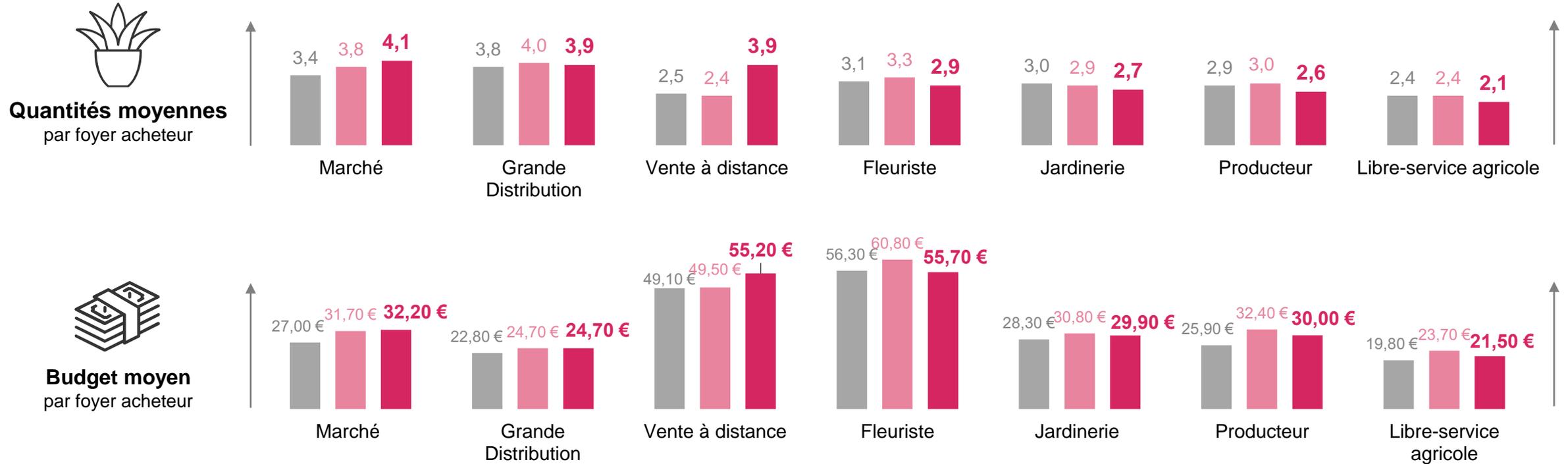
Base : achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les quantités moyennes et le budget moyen par foyer acheteur sont en baisse chez les fleuristes, les jardineries, les producteurs et le LISA, mais augmentent sur les marchés. Les fleuristes restent le circuit avec le plus haut budget moyen par foyer acheteur, avec la VAD.

Budget moyen et quantités moyennes par foyer dans le circuit

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur par type de canal (3652)

2.2

Les achats pour offrir et pour les occasions personnelles restent les plus importants et résistent mieux.



VÉGÉTAUX
D'INTÉRIEUR



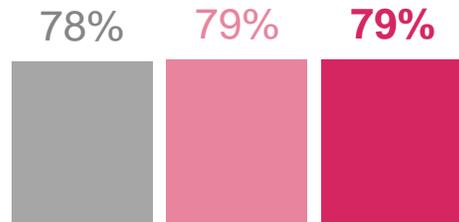
Offrir reste le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur et la part des foyers achetant pour soi-même diminue sensiblement. La part de marché des végétaux achetés pour offrir tend à la hausse depuis 2020, et progresse également en sommes dépensées.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



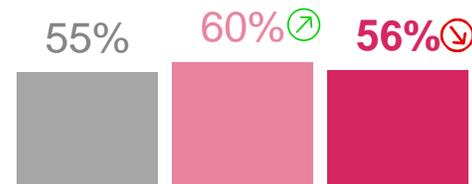
% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur



% d'exclusifs pour offrir > 37% 32% ⬇️ 35% ⬆️



Pour soi-même

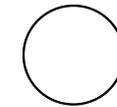
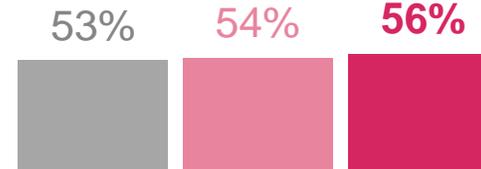


% d'exclusifs pour soi-même > 22% 21% 21%

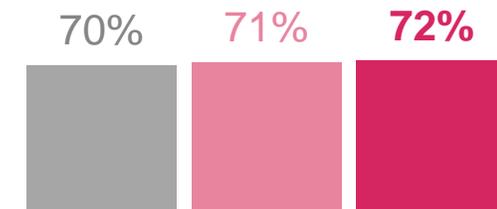
Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3652) et achats de végétaux d'intérieur



% des quantités achetées



% des sommes dépensées

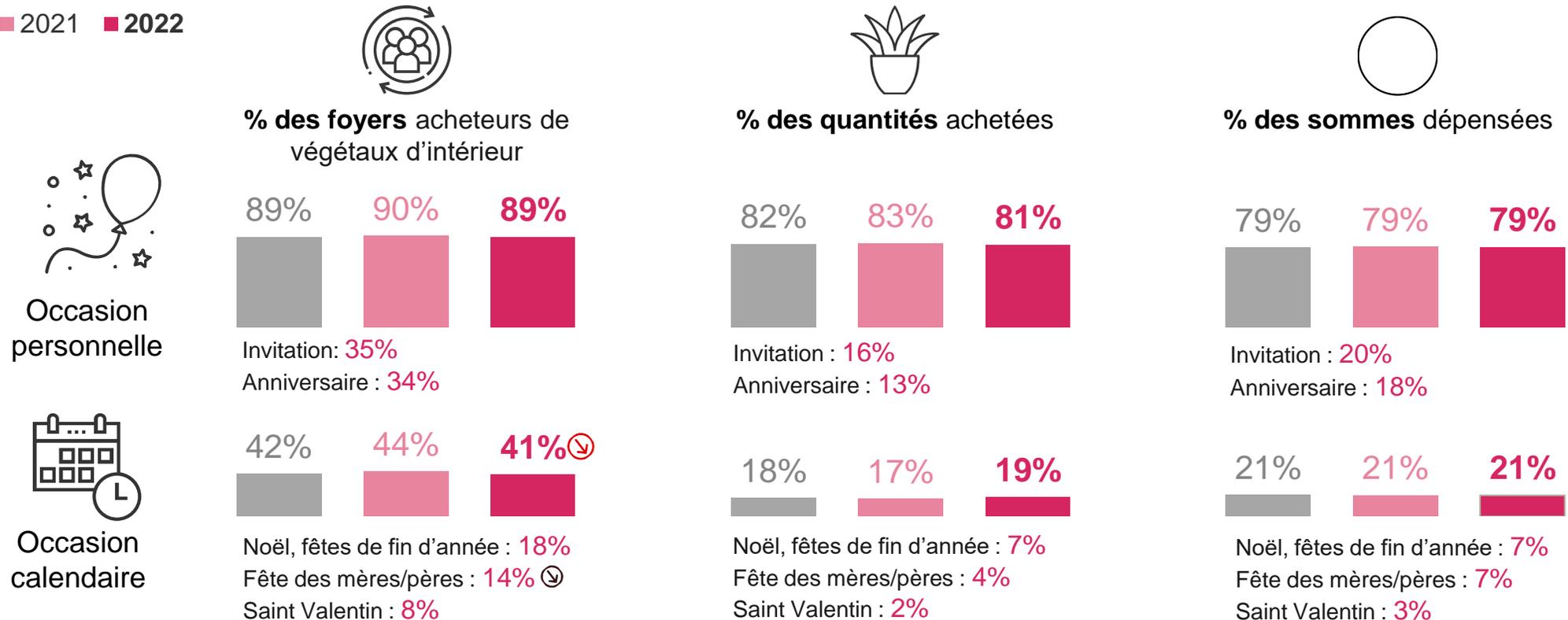


⬆️ ⬇️ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La grande majorité des foyers achète pour des occasions personnelles. La répartition selon le motif d'achat reste stable, mais en 2022 le nombre de foyers ayant fait des achats pour des occasions calendaires baisse significativement.

Pénétration et part de marché selon le motif d'achat

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3652) et achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

A retenir, concernant les achats de végétaux d'intérieur en France en 2022...



52%

des foyers ont acheté un végétal d'intérieur soit **15,0 millions de foyers**, un peu moins qu'en 2021 (-1pt), on retrouve le même niveau qu'en 2020.



60,20 €

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'intérieur par les foyers acheteurs. Celui-ci est en baisse cette année (-5,60€), mais reste plus élevé qu'en 2019 et 2020.



-10%

de **sommes dépensées** pour des végétaux d'intérieur vs 2021, mais un niveau toujours plus élevé qu'en 2020. -10% en **volumes achetés** vs 2021, et un niveau supérieur à 2020 également.



50%

des acheteurs fréquentent les **fleuristes** pour l'achat de végétaux d'intérieur, qui reviennent au même niveau que la **grande distribution** (50%). La part des achats réalisés par **Internet** représente 3% des quantités et 5% des sommes dépensées.



46%

des dépenses sont réalisées chez les **fleuristes**, part de marché stable vs 2021. Grace à une meilleure performance relative, la **grande distribution** diminue son écart de part de marché en valeur (20%) et creuse son avance en volumes (35% vs 28% pour le fleuriste).



72%

des **sommes dépensées** sont consacrées à des achats **pour offrir**, stable vs 2021. La part de foyers achetant pour eux-mêmes diminue (56% vs 60% en 2021), tout comme celle des foyers qui achètent pour des occasions calendaires (41% vs 44% en 2021).

Le segment des végétaux d'extérieur recule mais reste supérieur au niveau pré-crise en valeur.



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR

3



En 2022, 52% des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur (ornement ou potager), en baisse par rapport aux dernières années en raison du recul des quantités moyennes achetées et du budget moyen par foyer acheteur.

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



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

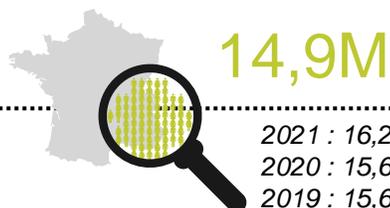
Ornement : 42% ↓

2021 : 47%
2020 : 44%
2019 : 46%

Potager : 33% ↓

2021 : 36%
2020 : 36%
2019 : 36%

Nombre de foyers
en millions



14,9M

2021 : 16,2M
2020 : 15,6M
2019 : 15,6M

Quantité moyenne
en volume



28,4

Quantités en moyenne
par foyer acheteur

2021 : 32,8
2020 : 32,1
2019 : 34,2

Ornement : 15,7 ↓ -2,9

Potager : 24,7 ↓ -2,8



Volumes achetés

460,1M ↓ (-16%)

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

Budget moyen
en valeur



63,00€ ↓

de budget moyen
par foyer acheteur

2021 : 71,10€
2020 : 60,90€
2019 : 58,90€

Ornement : 58,80€ ↓ -7,10€

Potager : 24,50€ ↓ -1,30€



Sommes dépensées

1063,5M€ ↓ (-14%)

2021 : 1236,3M€ (+19%)
2020 : 1038,9M€ (-1%)
2019 : 1053,0M€

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000). En 2022, 28 665 069 foyers en France.

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Au niveau individu, près de 4 Français sur 10 ont acheté des végétaux d'extérieur en 2022. La majorité des achats sont effectués par des femmes et des seniors (55 ans et plus).

Taux de pénétration individu



Taux de pénétration
% des individus de 18 ans et + en France

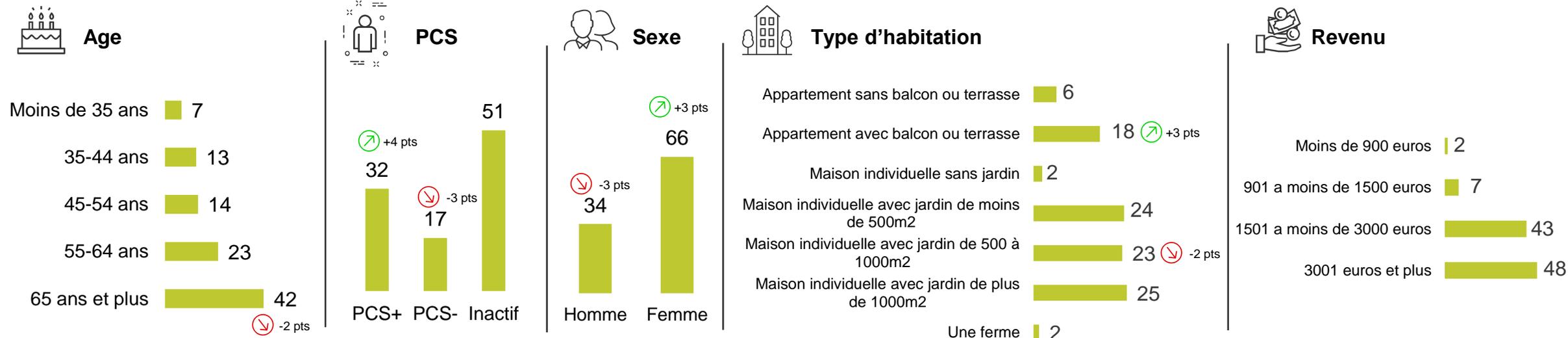
2021 : 39%
2020 : 37%



19,9M d'individus de 18 ans et plus

2021 : 19,7M / 2020 : 18,7M

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



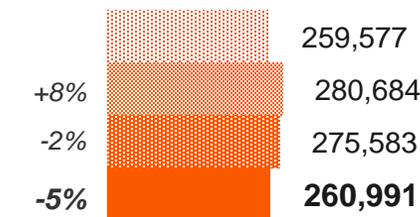
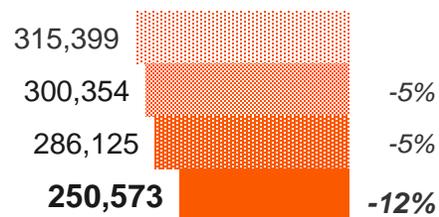
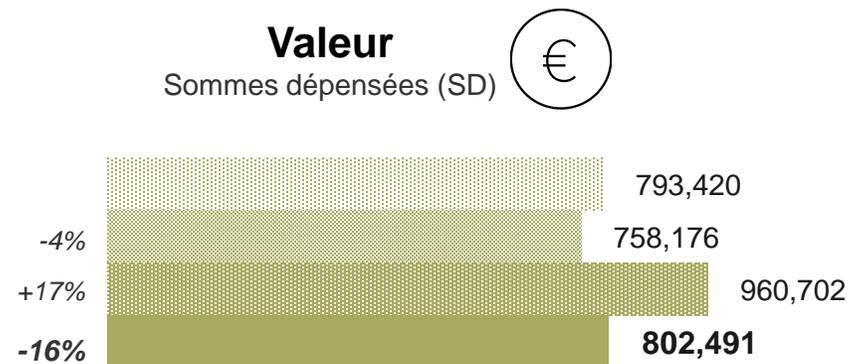
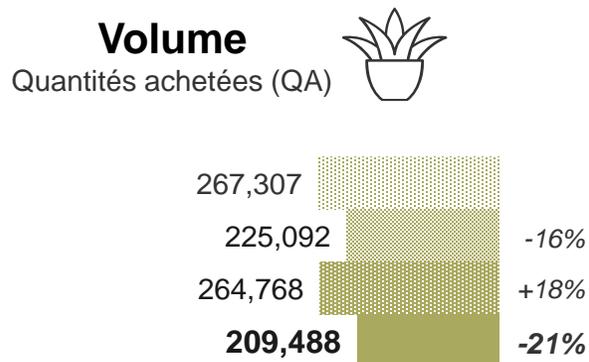
Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'extérieur (4755). En 2022, 51 224 191 individus de 18 ans et plus en France

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

En détail, les végétaux d'extérieur d'ornement sont en forte baisse en volume et en valeur, après l'exceptionnelle progression de 2021. Sur le potager, les quantités achetées continuent de baisser depuis 2019. Sur les deux marchés, les sommes dépensées reviennent au niveau de 2019.

Volumes et valeur des différents marchés (en millions)

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022**

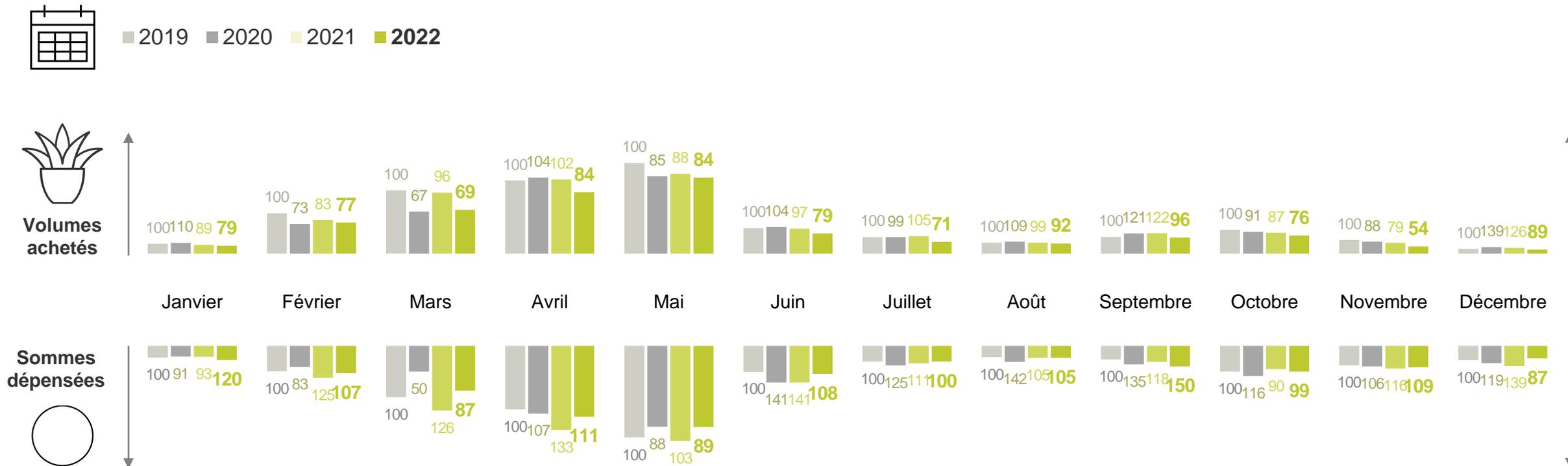


NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur

-/+ x% : évolution vs année précédente

La majorité des achats de végétaux d'extérieur se fait au printemps (mars à mai). Les achats en volume sont en baisse sur tous les mois de l'année. Même constat en valeur, avec toutefois une bonne performance en avril et sur des « petits » mois comme janvier et septembre.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



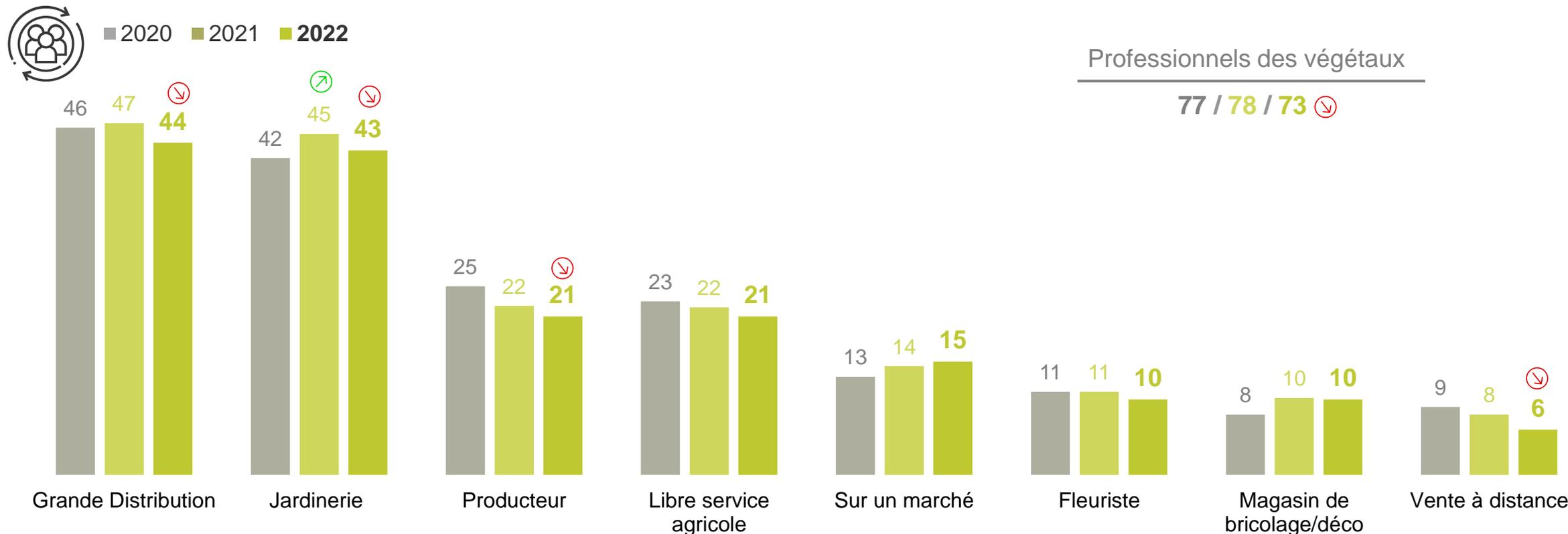
Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR

Le classement des lieux d'achats les plus fréquentés reste identique à 2021, mais les pénétrations de la grande distribution, des jardineries et de la VAD sont en baisse en 2022, et plus largement on remarque une baisse en pénétration des professionnels des végétaux.

Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs



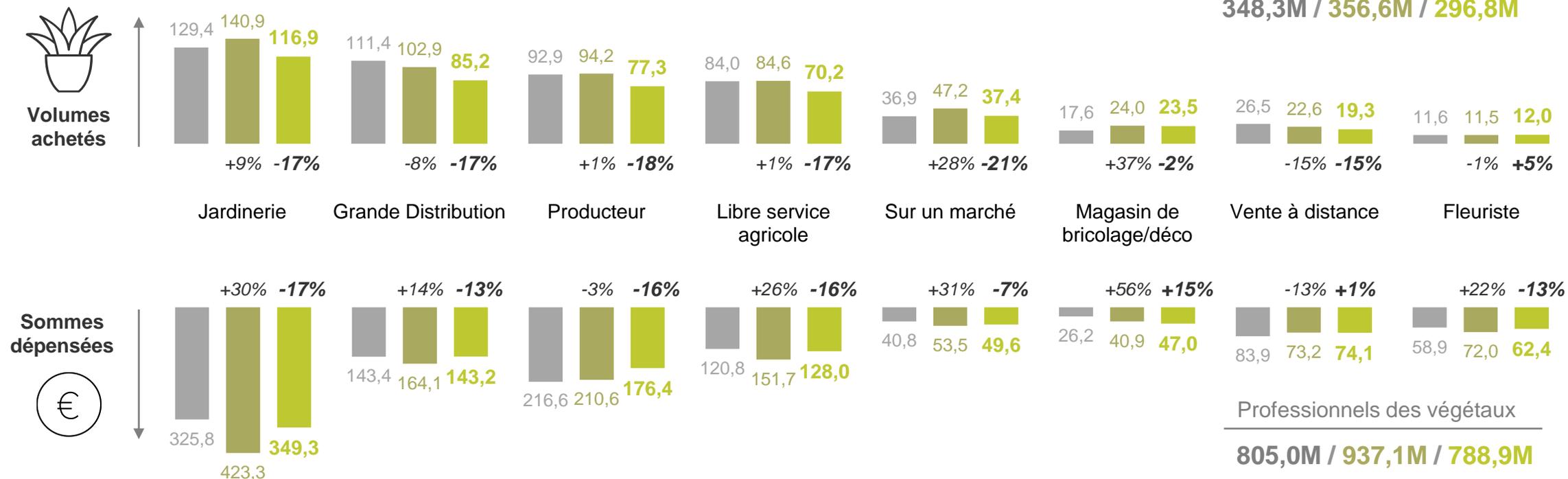
Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur (potager inclus)

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les quantités achetées et les sommes dépensées sont en baisse dans tous les principaux lieux d'achat, de façon assez uniforme, à l'exception des magasins de bricolage/déco.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



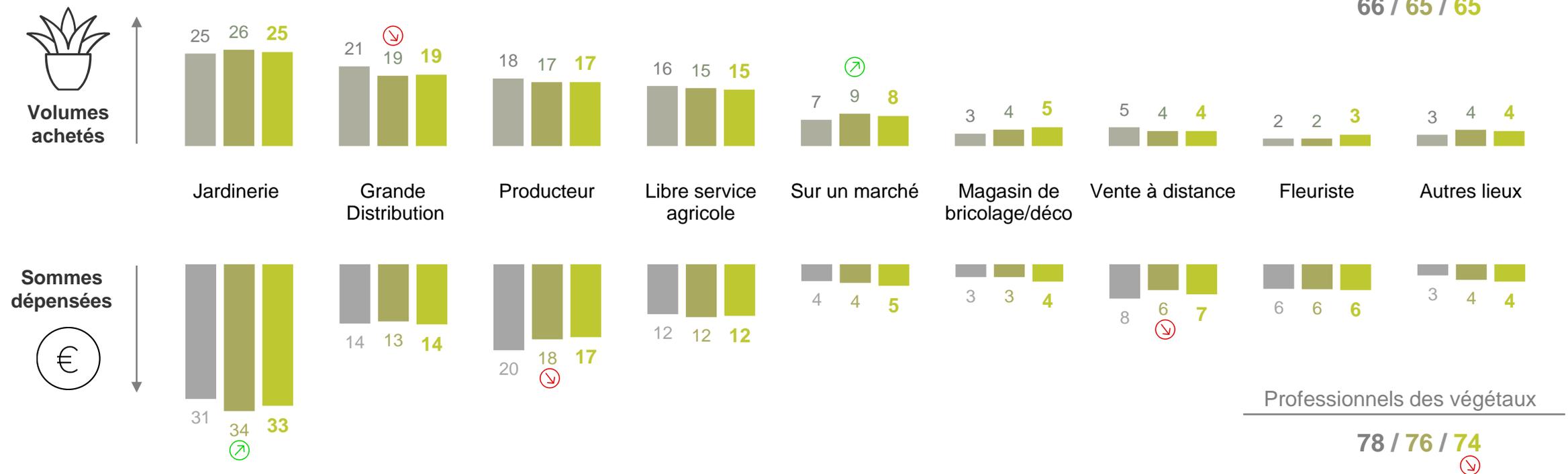
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les parts de marché des lieux d'achat restent donc stables, avec la jardinerie en tête, suivie par les producteurs en valeur et la grande distribution en volume.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



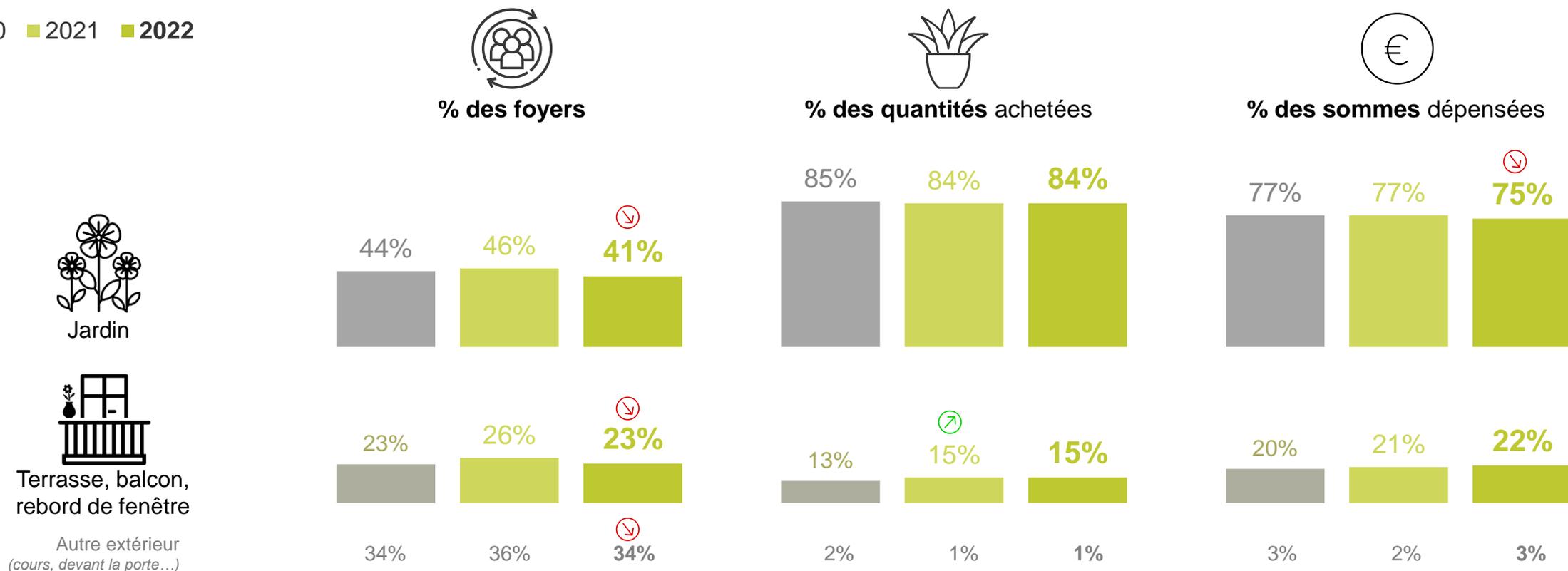
Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La baisse des acheteurs concerne le jardin comme la terrasse. En sommes dépensées la part de végétaux achetés pour des espaces extérieurs autres que le jardin progresse, même si les achats pour le jardin restent très majoritaires.

Pénétration et part de marché selon la destination

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



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

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

3.1

Un segment des végétaux d'extérieur d'ornement en baisse sur tous les lieux d'achats, en particulier auprès des jardineries



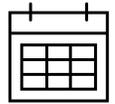
VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
ORNEMENT





Malgré le recul des volumes, globalement de bonnes performances en valeur tout au long de l'année, la baisse se concentre sur les mois importants de mars et mai.

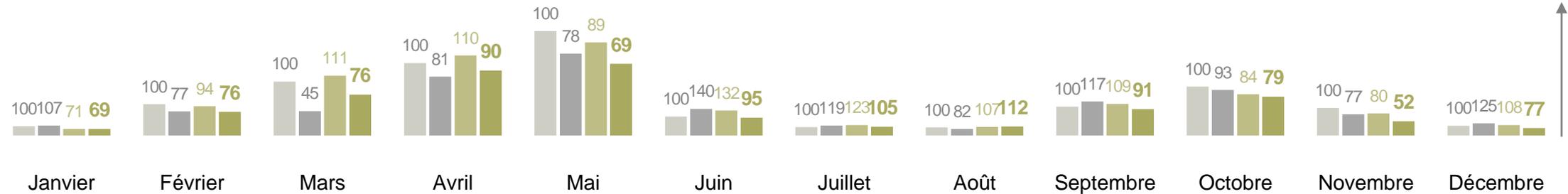
Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



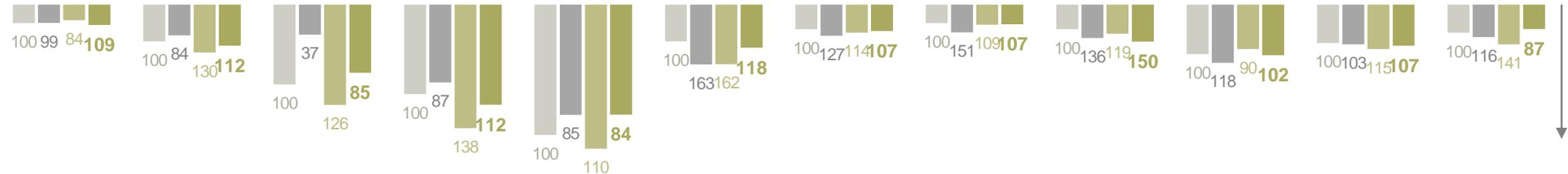
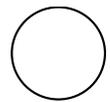
■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Volumes
achetés



Sommes
dépensées



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

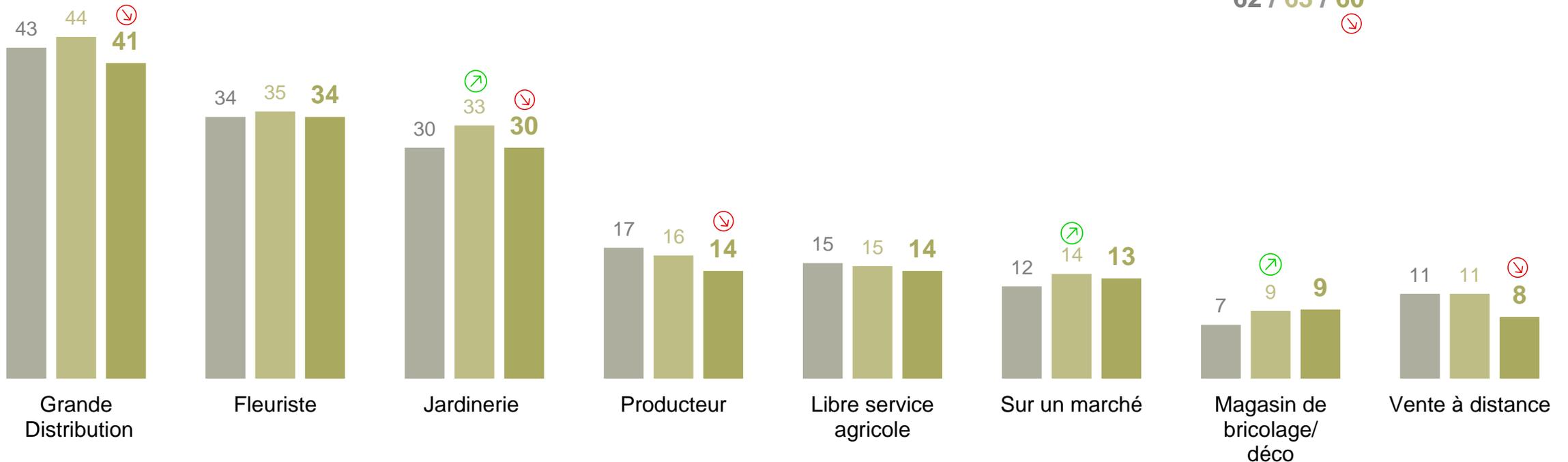


La fréquentation des fleuristes résiste bien mais recule dans la grande distribution, la jardinerie, les producteurs et la VAD, ce qui entraîne comme sur le marché global de l'extérieur, une baisse des professionnels des végétaux.

Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs



■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



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

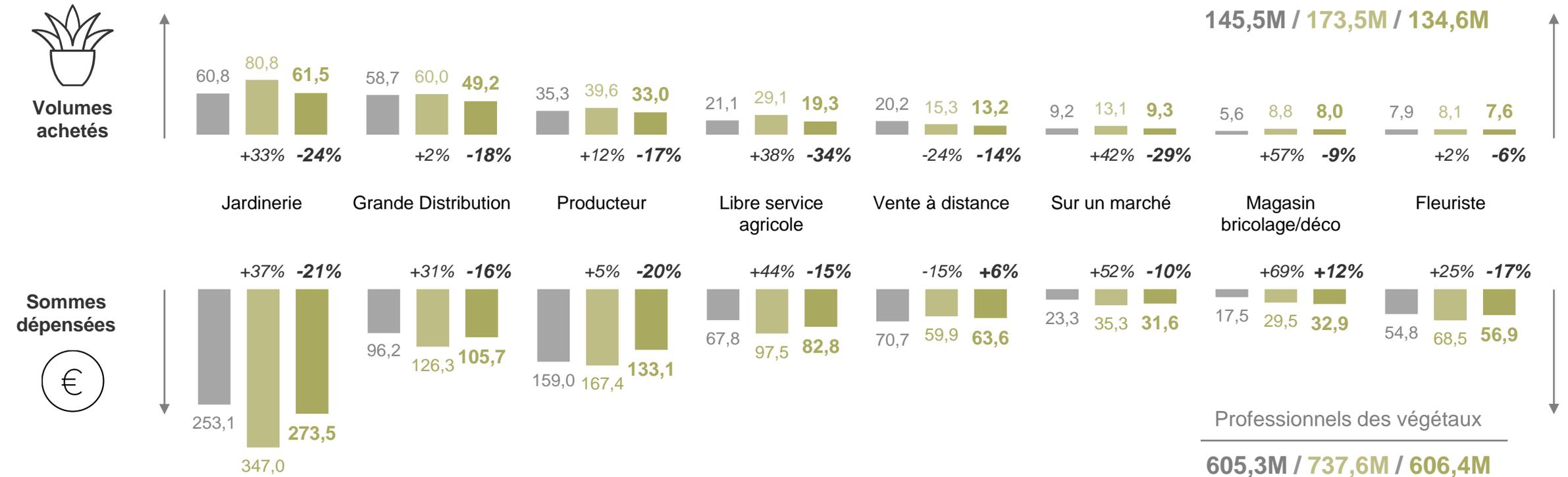
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



En valeur, les magasins de bricolage/déco et la VAD progressent, mais les quantités achetées sont en baisse dans tous les lieux d'achat, en particulier les LISA, les marchés et les jardinerie.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



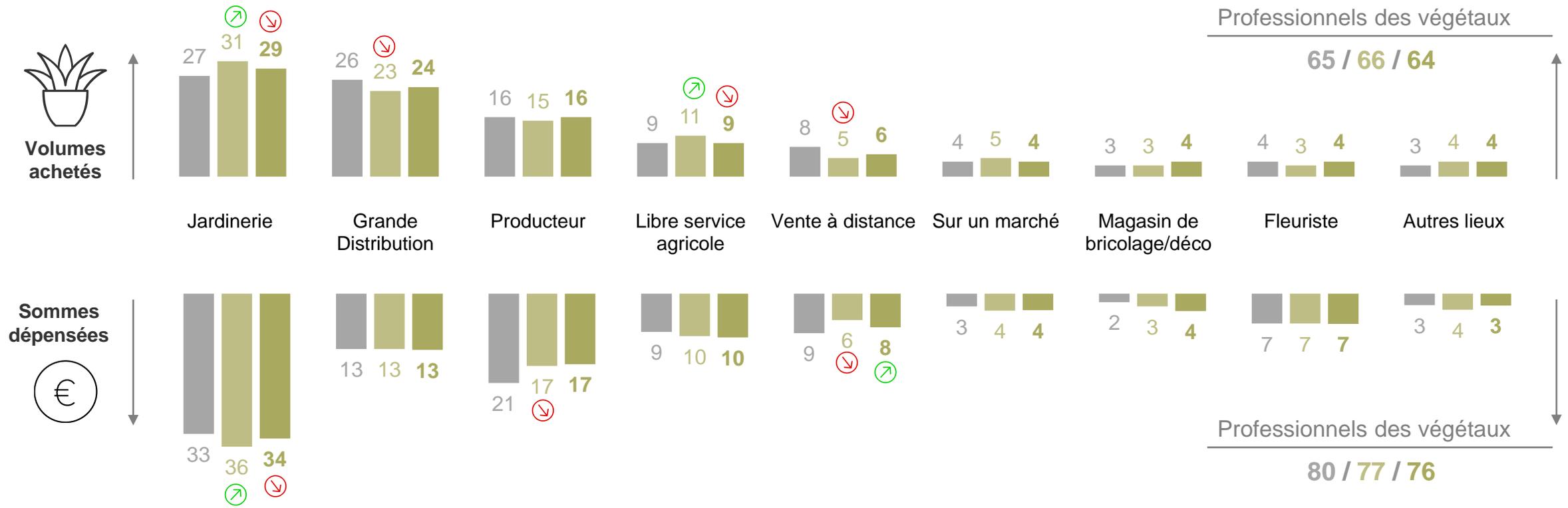
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

-/+ x% : évolution vs année précédente

La part de marché de la VAD progresse grâce à sa croissance, alors que celle des principaux lieux d'achat recule. Les jardineries restent en tête des lieux d'achats, en volume comme en valeur.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



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

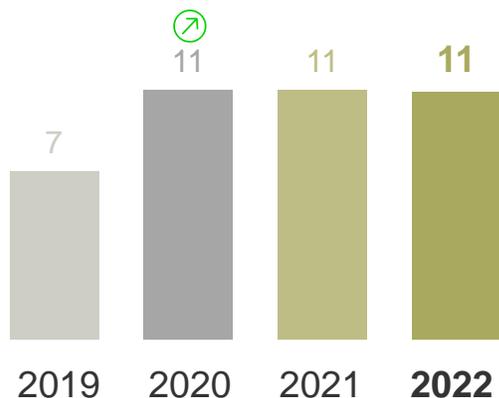
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] Sur les végétaux d'extérieur d'ornement, les achats sur Internet ont connu un essor significatif en 2020, autant en pénétration qu'en volume et valeur. En 2022, les achats sur Internet performant bien en valeur, mais reculent en volume.

Pénétration et part de marché des achats sur internet



% foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement sur internet

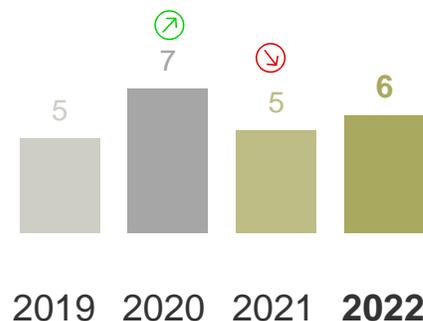


Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur (hors potager) (2931)



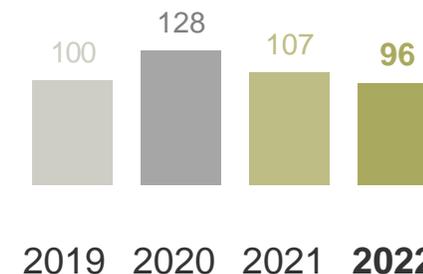
Volumes achetés

% part de marché des achats sur internet

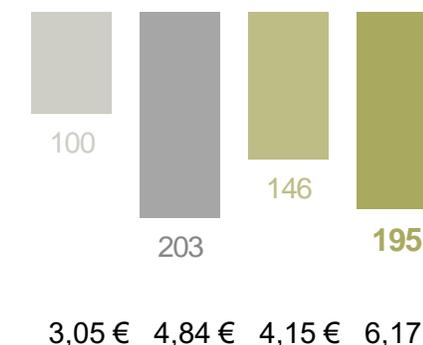
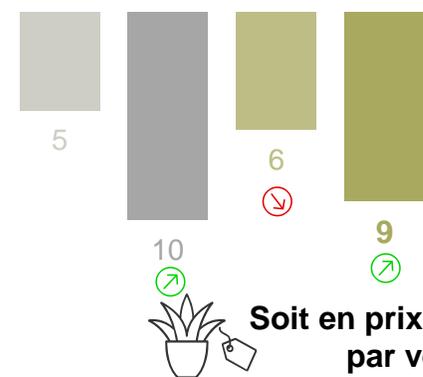
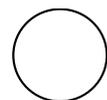


Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

évolution des achats en indice (2019=100)



Sommes dépensées



Soit en prix moyen par végétal :

3,05 € 4,84 € 4,15 € 6,17 €

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

3.2

Des végétaux à destination du potager en tendance baissière depuis deux années



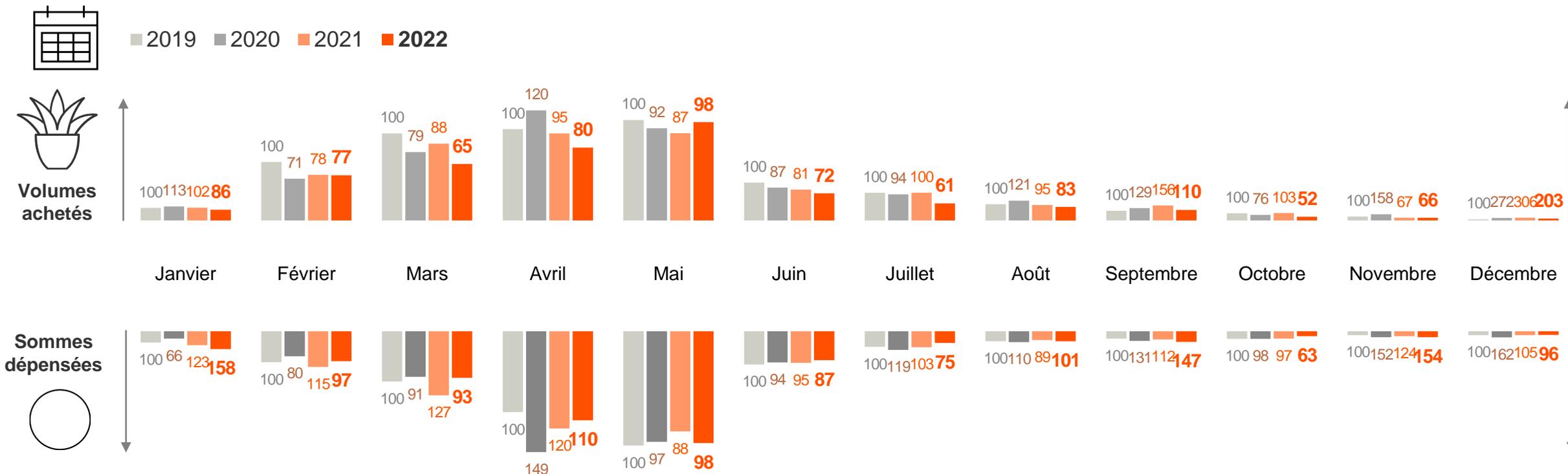
VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER





Les achats de végétaux pour le potager se concentrent sur la période février-mai. A part sur le mois de mai, les quantités achetées baissent tout au long de l'année et restent en retrait par rapport à 2019. En sommes dépensées, la baisse globale est moins importante.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



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



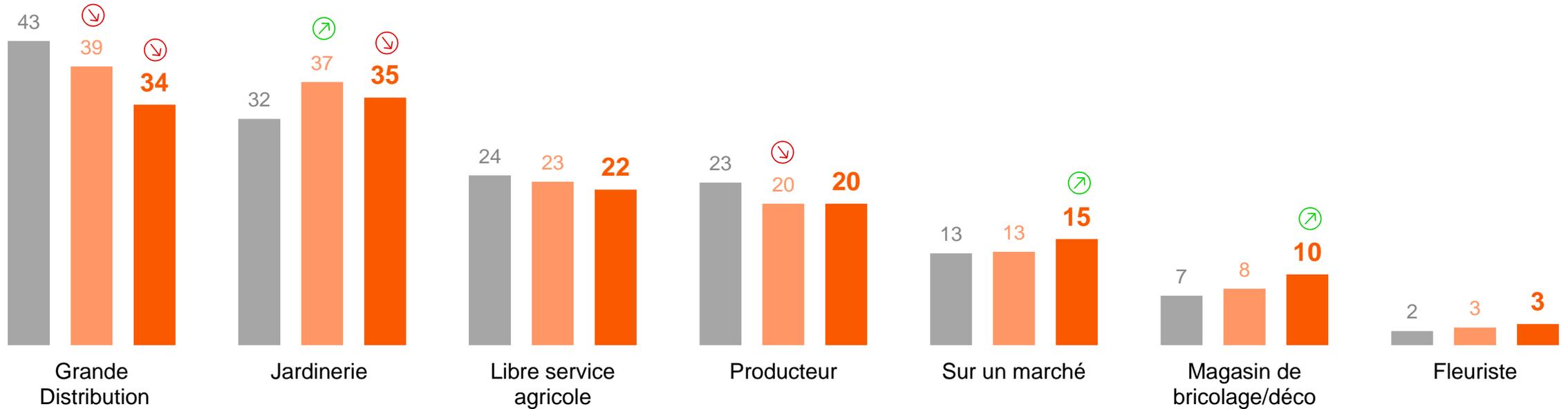
VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

Après le pic de 2020, la fréquentation de la grande distribution continue de baisser. Malgré une diminution, celle des jardinerie devient la plus élevée.

Pénétration des lieux d'achats en % foyers



■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Professionnels des végétaux

71 / 69 / 70

Base : acheteurs de végétaux pour le potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

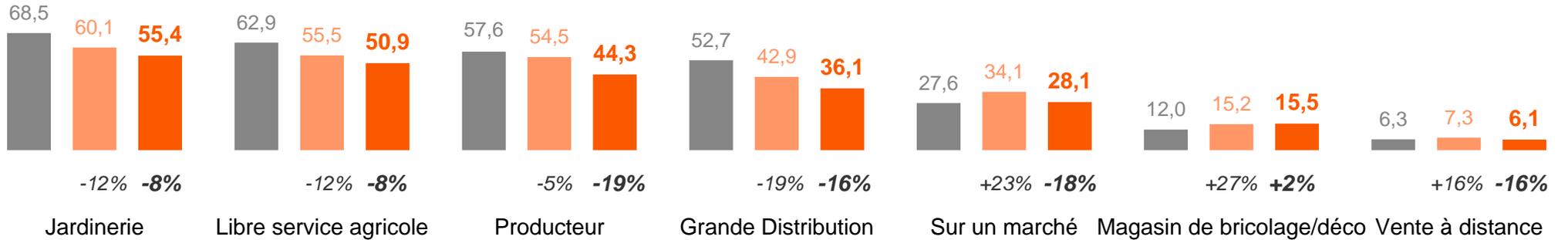
En valeur, les jardineries et les marchés arrivent à maintenir le niveau de 2020, alors que les LISA reculent de façon significative. Tous les lieux d'achat baissent en volumes, à l'exception des magasins de bricolage et décoration.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



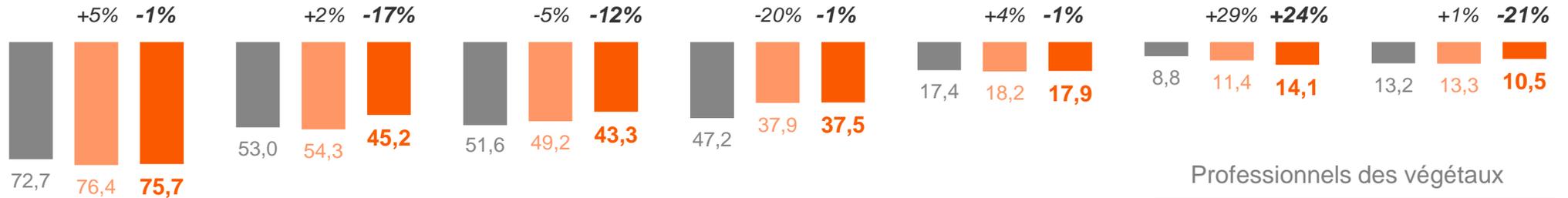
Volumes
achetés



Professionnels des végétaux

202,8M / 183,1M / 212,8M

Sommes
dépensées



Professionnels des végétaux

199,8M / 199,5M / 182,5M

Base : achats de végétaux pour le potager

-/+ x% : évolution vs année précédente

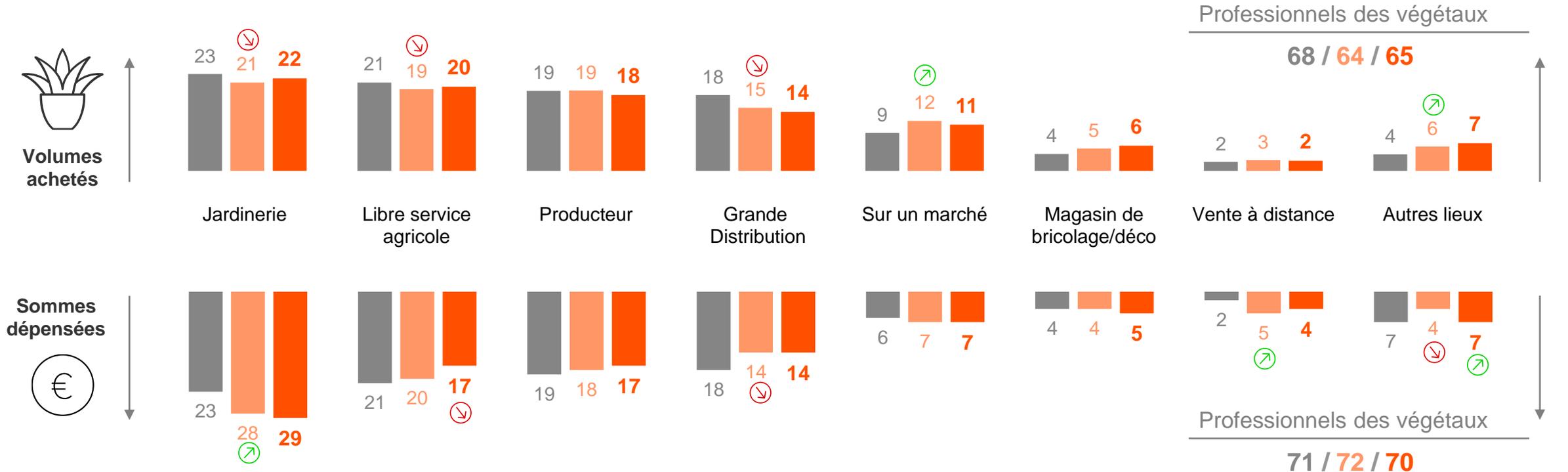


VÉGÉTAUX
D'EXTÉRIEUR
POTAGER

En conséquence, les parts de marché en volume restent stables et plutôt équilibrées entre circuits. En valeur, les LISA perdent des parts de marché.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



Base : achats de végétaux pour le potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

[NEW] Le BIO pour le potager représente environ un végétal sur cinq. Après deux années de hausse en volume et en valeur, il marque un recul malgré un prix qui reste stable.

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



% des foyers acheteurs de végétaux pour le potager

Végétaux bio

Végétaux non-bio



Prix moyen par végétal

Végétaux bio			
2019	2020	2021	2022
1,03€	1,21€	1,22€	1,21€



Végétaux non-bio			
2019	2020	2021	2022
0,76€	0,86€	0,88€	0,97€

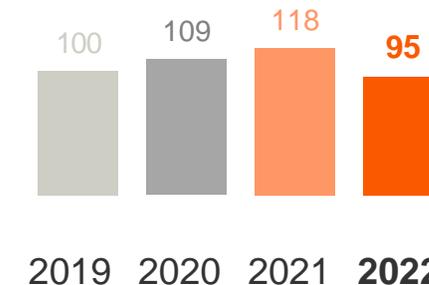


Volumes achetés

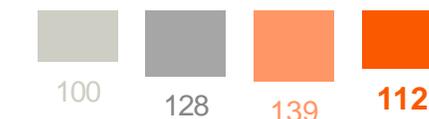
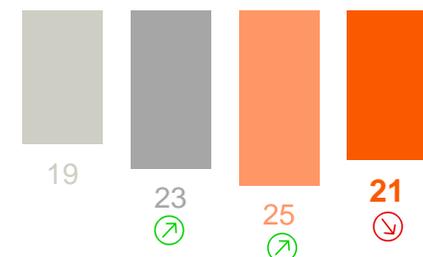
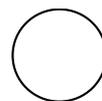
% part de marché des achats de végétaux bio



évolution des achats en indice (2019=100)



Sommes dépensées

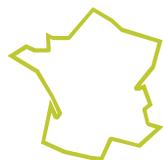


Base : foyers acheteurs de végétaux pour le potager (2313)

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 2022...



52%

des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur soit **14,9 millions de foyers**, en baisse par rapport aux dernières années (-5pts vs 2021). Cela représente au niveau individu **39%** des Français, stable.



63,00€

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'extérieur par les foyers acheteurs, en baisse de **-8,10€**, mais qui reste supérieur à 2020 et 2019. La baisse se concentre sur les **végétaux d'ornement**, alors que le budget pour le potager diminue à la marge.



42%

des foyers ont acheté un **végétal d'ornement** à destination de l'extérieur, c'est 5 points de moins qu'en 2021. Après la très bonne reprise de 2021, le marché est à nouveau en baisse : **-21%** en volumes achetés et **-16%** en sommes dépensées.



-24%

de quantités achetées dans les **jardineries** pour des **végétaux d'ornement** à destination de l'extérieur, et **-21%** en sommes dépensées. Les jardineries restent le circuit leader sur ce segment mais cette baisse leur fait perdre des parts de marché.



33%

des foyers ont acheté des **végétaux pour le potager** : -3pts par rapport aux années précédentes. Le marché continue de baisser en volumes achetés (**-12%**) et reste en tendance baissière en sommes dépensées (**-5%**) pour la deuxième année de suite.



-17%

de sommes dépensées dans les **libres-services agricoles** pour des végétaux à destination du **potager**, ce qui leur fait perdre des parts de marché. Les jardineries restent leader du segment.

Le marché du cimetière
est en baisse, le marché
des obsèques baisse en
valeur mais est en
reprise en quantités



VÉGÉTAUX
POUR LE
CIMETIÈRE

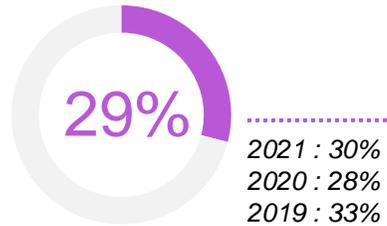


VÉGÉTAUX
POUR LES
OBSÈQUES

4

Malgré un budget par foyer stable, le marché des végétaux à destination du cimetière retrouve un niveau similaire à 2020. Cette décroissance est due à une légère baisse du nombre de foyers acheteurs et des quantités moyennes achetées.

Niveau foyer
Taux de pénétration
% des foyers en France



Quantité moyenne
en volume



5,4 2021 : 6,1
2020 : 5,7

Quantités en moyenne
par foyer acheteur



Volumes achetés

47,4M (-11%) ⬇️

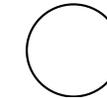
2021 : 53,2M (+8%)
2020 : 49,1M (-11%)
2019 : 55,0M

Budget moyen
en valeur



42,50€ 2021 : 42,70€
2020 : 42,00€

de budget moyen
par foyer acheteur



Sommes dépensées

363,5M€ (-7%) ⬇️

2021 : 390,1M€ (+9%)
2020 : 357,4M€ (-12%)
2019 : 408,2M€

Niveau individu
Taux de pénétration
% des individus en France



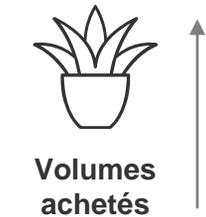
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000). En 2022, 28 665 069 foyers, 51 224 191 individus de 18 ans et plus, en France.

⬆️ ⬇️ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

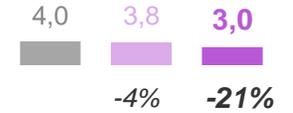
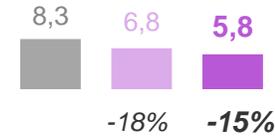
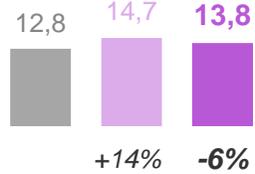
La grande distribution et les jardinerie résistent mieux que les autres lieux d'achat, avec une performance qui reste supérieure à 2020.

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

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



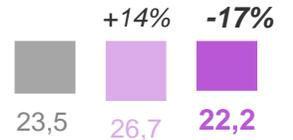
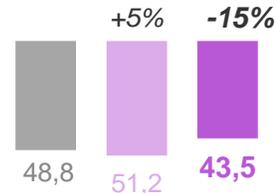
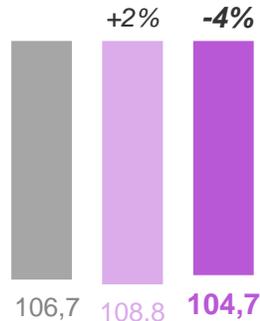
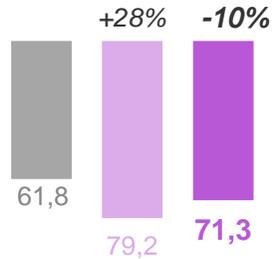
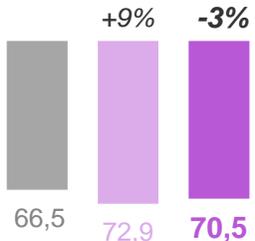
Volumes achetés



Professionnels des végétaux

31,0M / 31,1M / 27,3M

Sommes dépensées



Professionnels des végétaux

256,3M / 272,8M / 251,8M

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

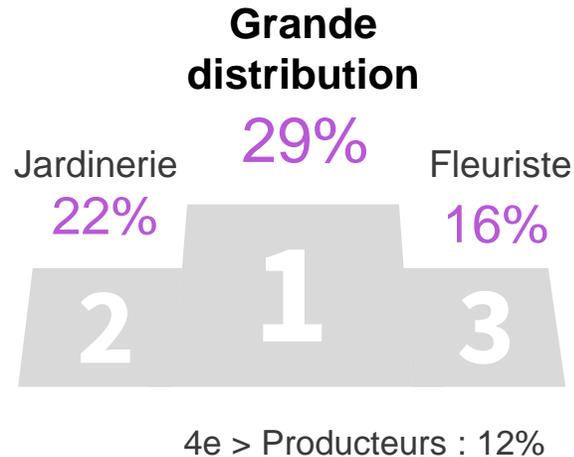
Les parts de marché restent stables : la grande distribution conserve sa première place en volume, les fleuristes conservent leur première position en valeur.

Les jardinerie se positionnent au 2^{me} rang.

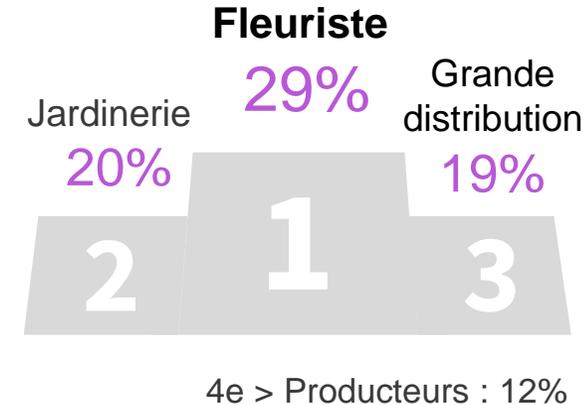
Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



% Volume
Quantités achetées (QA)



% Valeur
Sommes dépensées (SD)

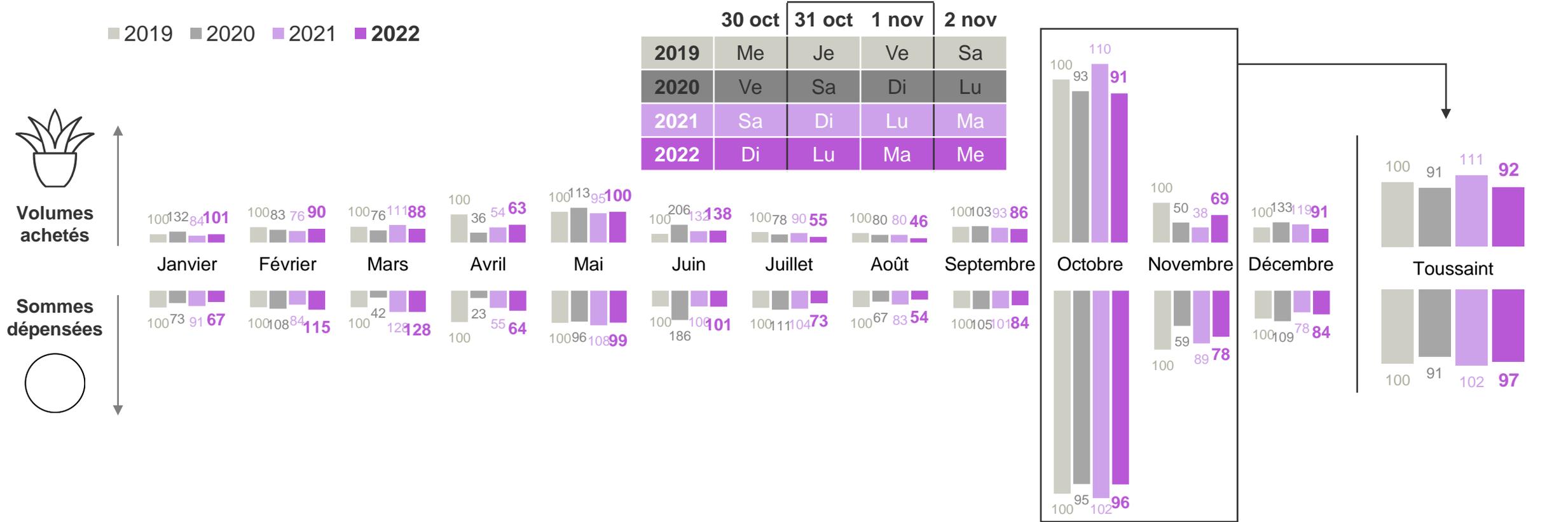


Base : achats de végétaux à destination du cimetière

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

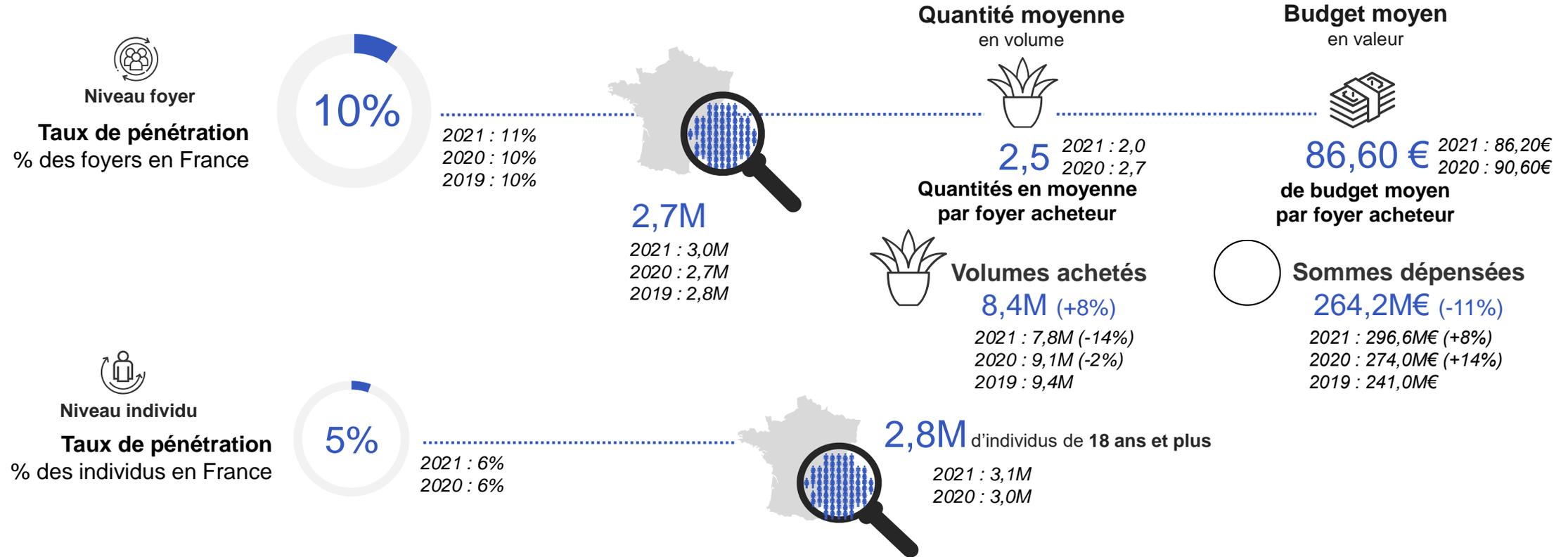
En volume comme en valeur, environ la moitié des achats est concentrée sur le mois d'octobre, avec les achats de la Toussaint.

Evolution des volumes en indice (2019=100)



Base : achats de végétaux à destination du cimetière

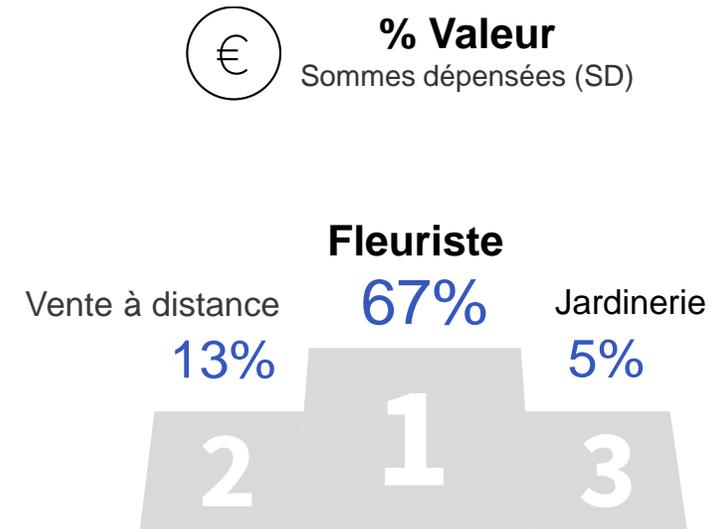
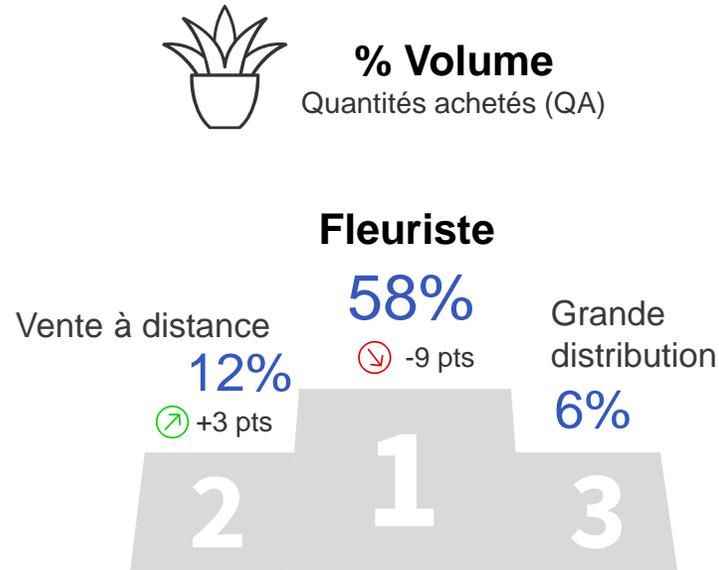
Les végétaux pour les obsèques affichent une évolution un peu différente : le nombre d'acheteurs décroît légèrement ce qui entraîne un recul des sommes dépensées. Néanmoins, le marché progresse en volume : on achète plus de végétaux mais moins chers.



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000). En 2022, 28 665 069 foyers ; 51 224 191 individus de 18 ans et plus, en France

Les fleuristes conservent leur première place, même si on constate un recul en volume (après la forte progression de 2021) au profit de la vente à distance, bien installée comme 2^e canal d'achat.

Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



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 2022 ...



29%

des foyers ont acheté un végétal pour le **cimetière**, en légère baisse (-1pt). Avec une diminution des quantités achetées par foyer, ce segment **baisse** en volume (-11%) et en sommes dépensées (+7%), après la bonne progression de 2021.



29%

de part de marché pour la **grande distribution**, 1^{er} circuit en volume. Les **fleuristes** restent toujours le premier circuit en valeur (29%).



10%

des foyers ont acheté un végétal pour des **obsèques** en 2022, en légère diminution. Ce segment **baisse en valeur** (-11%), mais **progresses en volume** (+8%), après le recul atypique de 2021.



58%

de parts de marché en volume pour les **fleuristes**, une proportion en baisse et en faveur des autres lieux d'achats, après la hausse de 2021. Part stable et très dominante en valeur (67%).

KANTAR

Béatrice Guilbert

beatrice.guilbert@kantar.com

01 40 92 44 00

Daniele Schinaia

daniele.schinaia@kantar.com

01 40 92 28 68

Thomas Schlaeintzauer

thomas.schlaeintzauer@kantar.com

01 40 92 24 08

Kantar

3, Av. Pierre Masse, 75014 Paris Cedex

01 40 92 66 66 | www.kantar.com |



LES ÉTUDES

Les achats des français en végétaux en 2022 : quels enseignements et pportunités dans le contexte d'inflation ?
édition mai 2023

Directrice de la publication : Christine Avelin
Rédaction : direction Marchés, études et prospective
Co-émetteur : Valhor
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR


FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

VALHOR
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL