

# KANTAR

## Les achats d'arbres, plantes et fleurs des Français en 2025



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*




FranceAgriMer


**VALHOR**  
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL

Méthodologie 03


Les enseignements clés 06


## 01 Les achats de végétaux en général 9


 1.1 La baisse du nombre de foyers acheteurs fait reculer le marché en valeur, malgré des volumes apparemment stables. 10


 1.2 La fréquentation des principaux lieux d'achat s'érode, tandis que les LISA et les producteurs affichent une bonne performance. 28


## 02 Les achats par type de végétaux 37

 2.1 Le segment des végétaux d'intérieur enregistre un léger recul, sous l'effet du fléchissement du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget stable. 38


 2.2 Le segment des végétaux d'extérieur d'ornement revient à la baisse, pénalisé par l'érosion du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget qui se maintient. 49


 2.3 Le segment des végétaux à destination du potager progresse en volume, mais continue de baisser en valeur. 59


 2.4 Le segment des végétaux pour le cimetière repart à la baisse, après une année de stabilité. 69


 2.5 Le segment des végétaux pour les obsèques affiche un repli marqué, lié à la baisse inédite du nombre de foyers acheteurs. 75

## 03 Les achats dans les principaux lieux 79

 3.1 Les jardineriers perdent des volumes, mais limitent la baisse en valeur en s'appuyant sur une meilleure valorisation des achats. 80

 3.2 Les fleuristes continuent de baisser, pénalisés par une tendance baissière du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget moyen stable. 85

 3.3 La grande distribution baisse en volume et surtout en valeur, sous l'effet d'une légère contraction du budget et du prix moyen. 90

 3.4 Les producteurs maintiennent leur clientèle et profitent d'une progression en volume et en valeur. 95



# Méthodologie

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



## Echantillon

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



## 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'achat 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.



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



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



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

## Les lieux d'achat

### Professionnels du végétal

- Fleuristes (boutique indépendante ou appartenant à une chaîne)
- Jardineries
- LISA - Libres-services agricoles (ex : *Gamm Vert, France rurale, Point Vert, Magasin Vert, ...*)
- Producteurs (sur l'exploitation : horticulteur, pépiniériste)
- Vente à distance (fleuriste qui ne vend que sur Internet, service de commande de fleurs ou plantes, vente par correspondance)
- Marchés
- Autres lieux (grainetiers)



### Généralistes

- Grande distribution (hypermarchés, supermarchés, supérettes, hard discount, jardinerie d'hypermarchés)
- Magasins de bricolage et de décoration
- Autres lieux (soldierie, association école, foire, etc.)



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX

# Les enseignements clés



## Contexte & enseignements clés en 2025 (1/2)

L'année **2022** avait marqué un retour à la normale après la crise sanitaire. En revanche, l'année **2023** a été marquée par un contexte économique plus tendu, une inflation élevée et des consommateurs devenus plus prudents dans leurs achats. En **2024**, les efforts de stabilisation de l'économie ont permis un léger reflux de l'inflation et une reprise progressive de la consommation. En **2025**, la hausse générale des prix a nettement ralenti, mais cela n'a pas suffi à restaurer pleinement la confiance des ménages : les comportements d'achat sont restés globalement prudents, en particulier sur les postes jugés non essentiels ou "ajustables", comme les végétaux.

Depuis la crise sanitaire, le marché du végétal a connu **plusieurs phases contrastées**. Après une année **2020** en net retrait, notamment en volume, **2021** a marqué un fort rebond, avec une reprise des quantités achetées et une très forte progression en valeur, portée par un regain d'intérêt des ménages. Cette dynamique s'est interrompue en **2022**, le marché revenant à des niveaux proches de l'avant-crise, sous l'effet d'un recul des budgets consacrés et des volumes. En **2023**, si le budget moyen a globalement résisté, les volumes ont continué de diminuer, dans un contexte de hausse des prix. L'année **2024** s'est inscrite dans une phase de stabilisation relative, mais sans véritable redressement.

En **2025**, le marché **repart à la baisse**, principalement sous l'effet de la **poursuite du recul du nombre de foyers acheteurs** de végétaux, qui atteint son niveau historiquement le plus bas.

La **quantité moyenne** achetée par foyer reste stable, tout comme le **prix moyen** par végétal. Cette relative stabilité se traduit par un **budget moyen annuel** quasiment inchangé, bien qu'il demeure à son plus bas niveau depuis 2019.

Le nombre de **gros acheteurs** continue de diminuer et, pour la première fois, ils ne constituent plus la principale cible en valeur, traduisant une fragmentation croissante du marché.

Ces évolutions **confirment les tendances déjà observées** : les foyers consacrent moins d'argent aux végétaux et s'orientent vers des végétaux moins chers, après avoir déjà réduit les quantités. Certains petits acheteurs ne réalisent plus d'achats tous les ans.

Globalement, le marché reste **quasiment stable en volume**, mais **baisse de façon significative en valeur**. La stabilité des quantités achetées masque en réalité deux dynamiques inverses : un **recul marqué du marché de l'ornement**, en particulier d'extérieur, et une **progression du potager**, avec des végétaux structurellement moins valorisés. En **valeur, la baisse est plus homogène** entre les différents segments.

La **saisonnalité** continue sa transformation structurelle, avec des pics saisonniers de moins en moins dynamiques, notamment au printemps.

Cette année les dépenses pour **se faire plaisir** restent stables : la baisse se concentre sur les autres occasions personnelles.



## Contexte & enseignements clés en 2025 (2/2)

En 2025, malgré la relative stabilité de l'année précédente, **l'ensemble des segments de végétaux repart à la baisse**, principalement sous l'effet de la diminution progressive du nombre de foyers acheteurs, observée sur l'ensemble des segments de marché, confirmant le caractère structurel de la transformation du marché.

La baisse du marché de l'ornement en volume est portée principalement par les **végétaux d'extérieur**, qui reculent également en valeur, malgré un léger regain du budget moyen par foyer.

Le segment des **végétaux d'intérieur** résiste mieux, avec des baisses plus limitées et un budget consacré globalement stable.

Le segment des **végétaux pour le cimetière** repart à la baisse, après une année de stabilité, sous l'effet d'une légère diminution du budget moyen dédié et des achats pour la Toussaint qui ne retrouvent pas leurs niveaux historiques.

Le segment des **végétaux pour les obsèques** affiche une nette décroissance des volumes, après trois années de croissance, sous l'effet d'une baisse inédite du nombre de foyers acheteurs. Cette évolution impacte dans une moindre mesure également le segment en valeur, malgré un regain du budget moyen.

À l'inverse, le segment des **végétaux pour le potager** progresse en volume. L'augmentation des quantités moyennes achetées est cependant contrebalancée par une baisse du montant moyen dépensé par végétal, contribuant à un recul persistant du segment en valeur depuis plusieurs années.

En cohérence avec le marché, les **taux de fréquentation** des principaux **lieux d'achat** tendent à la baisse, avec toujours la grande distribution largement en tête, suivie par les fleuristes et les jardineries. La fréquentation des autres lieux reste stable.

L'évolution du marché affecte différemment les lieux d'achat et leurs **parts de marché**. Malgré la conjoncture difficile, les LISA et les producteurs réaffichent une dynamique positive, avec une offre qui répond davantage aux besoins des acheteurs (origine, types de végétaux, prix..), et récupèrent du terrain face aux lieux les plus fréquentés.

En **volume**, la grande distribution et les jardineries continuent de dominer conjointement, mais cèdent des parts de marché au profit des LISA, des producteurs et des marchés.

En **valeur**, les fleuristes conservent la plus grande part de marché. Si la grande distribution enregistre un net repli, les LISA et les producteurs bénéficient d'une légère progression.

Les achats de végétaux réalisés sur **internet** suivent la même tendance baissière que l'ensemble du marché, avec des parts stables en volume et valeur.

Le **profil** des acheteurs est toujours très typé : une grande majorité de la valeur du marché est réalisée par des femmes, des personnes de 55 ans et plus, dans des foyers sans enfants, vivant en maison. La distribution géographique est en revanche très comparable à celle de la population générale.





1

Les achats  
de végétaux  
en général



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX

1.1

La baisse du nombre de foyers acheteurs fait reculer le marché en valeur, malgré des volumes apparemment stables.



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX



11

## La baisse du nombre de foyers acheteurs fait reculer le marché en valeur, malgré des volumes apparemment stables.

En 2025, **68% des foyers Français ont acheté au moins un végétal**, taux qui revient à la baisse après avoir été stable en 2024, et se maintient désormais loin du niveau avant crise sanitaire (76%).

Au niveau individu, en revanche, c'est toujours 50% des Français de 18 ans et plus qui ont effectué au moins un achat de végétaux dans l'année.

La **quantité moyenne** achetée par foyer reste globalement stable (22 végétaux), tout comme le **montant moyen dépensé** par végétal (5€). Cette stabilité se traduit par un **budget moyen annuel** presque inchangé (-1€), même s'il reste à son niveau le plus bas depuis 2019 (108€).

La baisse du taux de foyers acheteurs s'accompagne d'une nouvelle **diminution du nombre de gros acheteurs**. Bien qu'ils concentrent encore près des deux tiers des volumes, leur poids en valeur diminue sous l'effet d'un prix moyen dépensé en baisse. A l'inverse, la part des petits acheteurs progresse, portée par des achats occasionnels à un prix moyen plus conséquent.

Ces tendances font que le marché reste quasiment stable **en volume (-1%), mais baisse de façon significative en valeur (-7%)**. La tendance générale confirme la baisse continue depuis 2021 des quantités achetées et des sommes dépensées par les Français.

La baisse structurelle des achats lors des pics saisonniers se confirme : les reculs en valeur les plus marqués ont lieu entre mars et juin, traduisant une **atténuation progressive des effets de saisonnalité**.

La stabilité du marché **en volume** masque en réalité deux **dynamiques inverses** : un **recul marqué de l'ensemble des végétaux d'ornement**, en particulier d'extérieur, et une **progression du potager**. En **valeur**, la **baisse apparaît plus homogène** entre les différents marchés. Dans ce contexte, le segment de l'intérieur est celui qui résiste le mieux et demeure le principal contributeur en termes de dépenses.

Cette année les **dépenses pour se faire plaisir restent stables** : la baisse se concentre sur les autres occasions personnelles.

En 2025, 68% des foyers français ont acheté des végétaux, soit 20 millions de foyers. La tendance baissière se confirme depuis 2019, malgré une année 2024 stable.

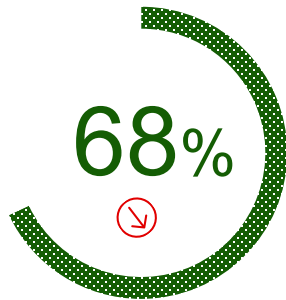



## ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ornement et potager, hors sapins de Noël)

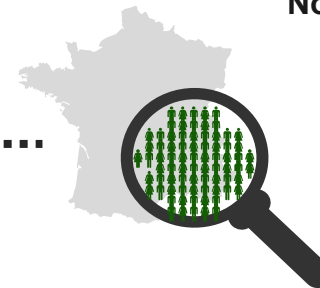


Niveau foyer

**Taux de pénétration**  
% des foyers acheteurs  
de végétaux en France



2024 : 70%  
2023 : 70%   
2022 : 73%  
2021 : 75%  
2020 : 75%  
2019 : 76%



**Nombre de foyers acheteurs**  
en millions

**20,0 M**

2024 : 20,3 M  
2023 : 20,3 M  
2022 : 21,0 M  
2021 : 21,3 M  
2020 : 21,1 M  
2019 : 21,5 M

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers en France

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



Après de plus fortes évolutions sur les années précédentes, le nombre moyen de végétaux achetés et le budget moyen dépensé se stabilisent, avec un prix moyen qui reste également très proche du niveau de 2024.

### Quantité moyenne achetée et budget moyen dépensé par foyer



#### Quantité moyenne par foyer acheteur

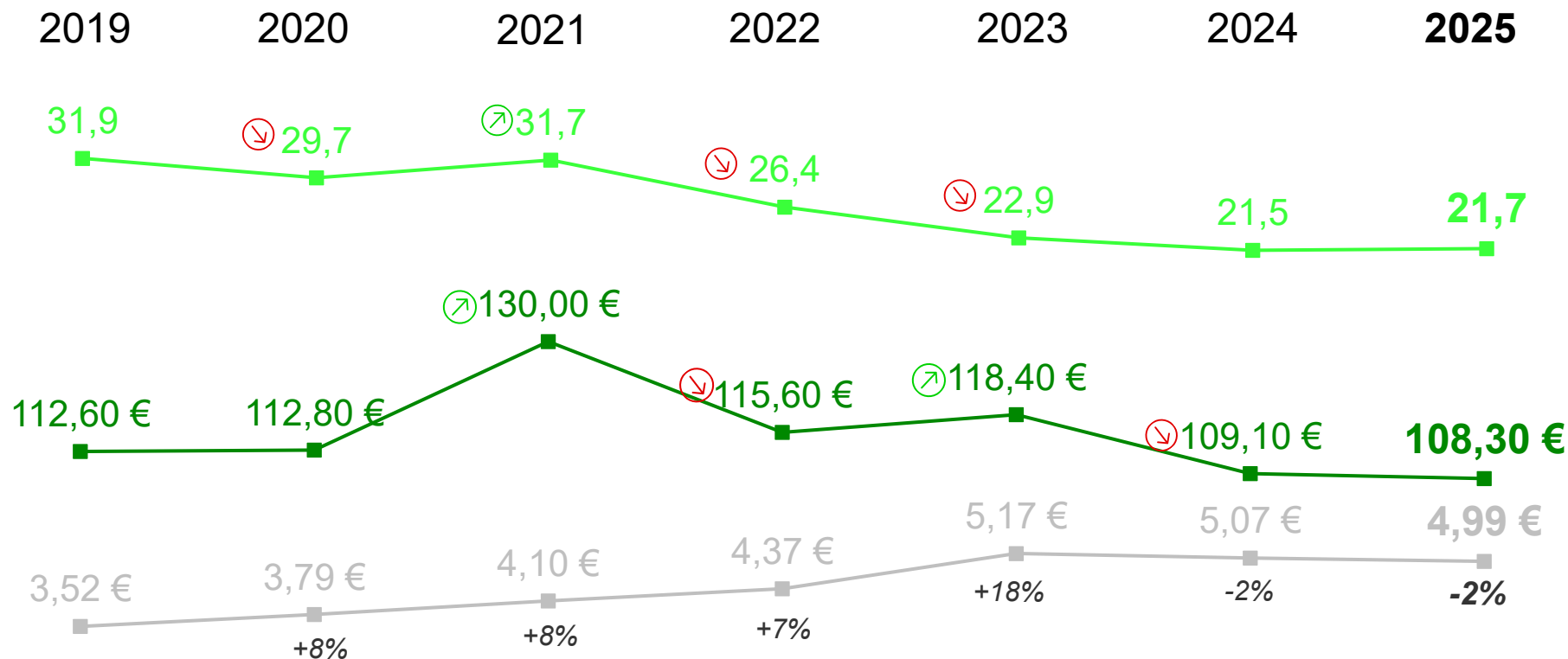
Une quantité : une plante, une fleur (si achetée à la pièce), un bouquet, une présentation florale, une botte, un arbre, un arbuste, un sachet/paquet de graines ou semences, un bulbe, un plant



#### Budget moyen par foyer acheteur



#### Soit en prix moyen par végétal

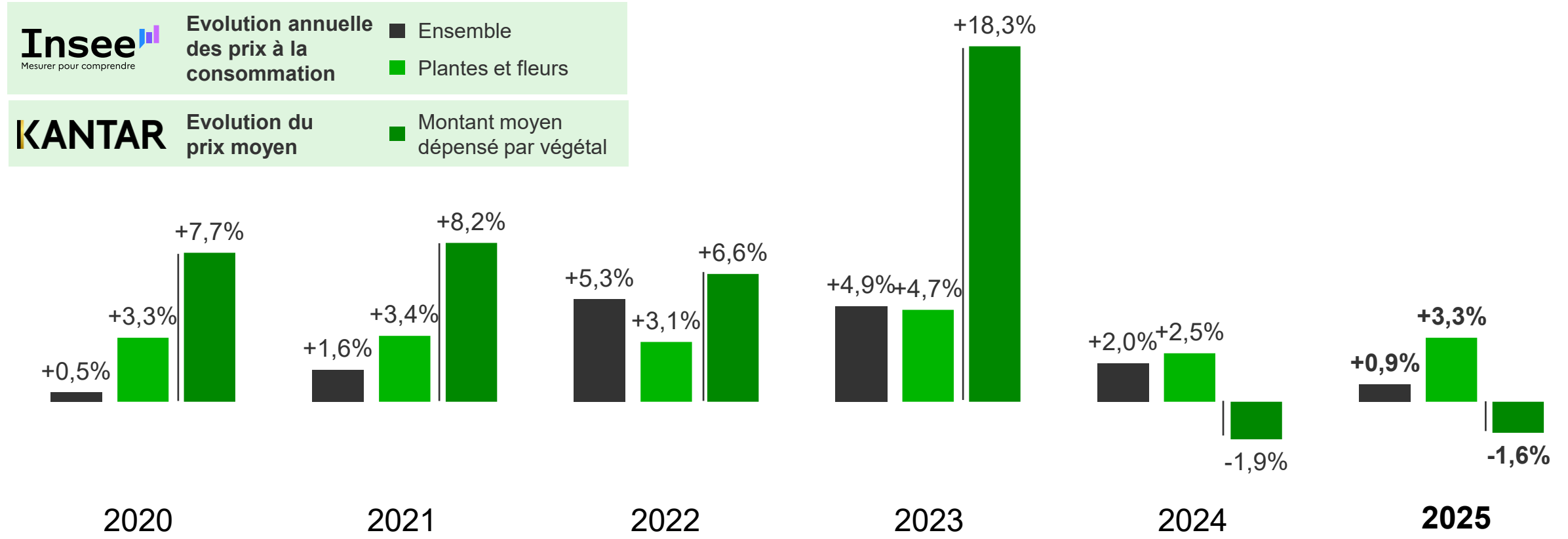


Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux (4787). Ensemble des végétaux (hors sapins de Noël)

-x% / +x% = évolution vs l'année précédente ↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Malgré une tendance inflationniste toujours présente sur le marché des plantes et fleurs, depuis 2 ans les foyers ont tendance à dépenser de moins en moins pour un végétal en moyenne, avec des changements dans les types de végétaux privilégiés pour les achats.

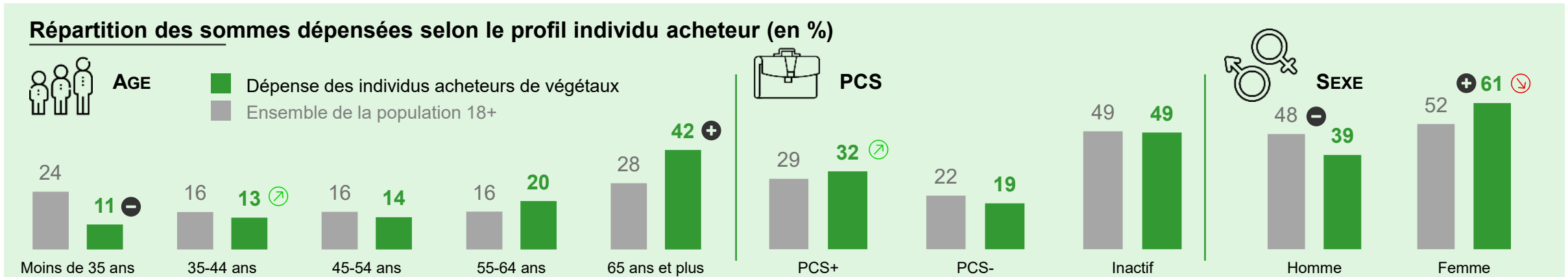
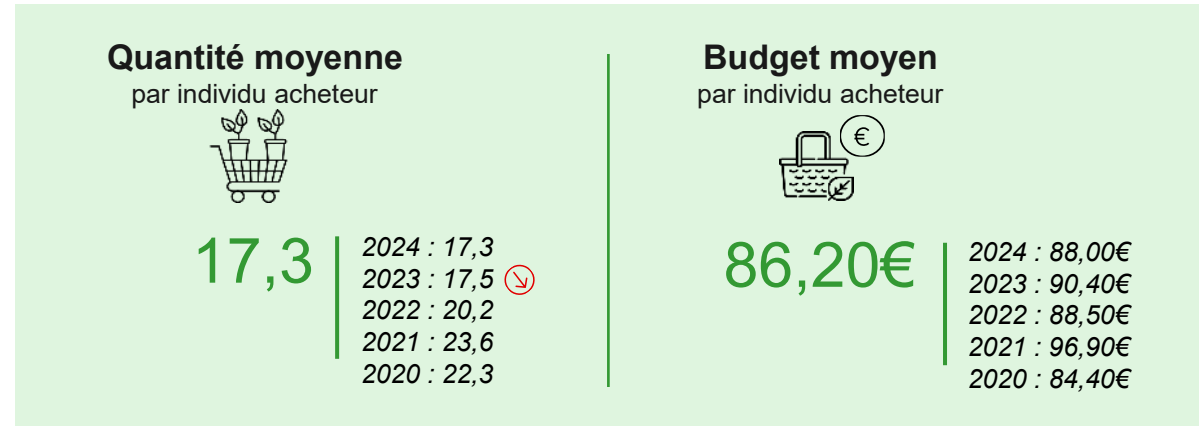
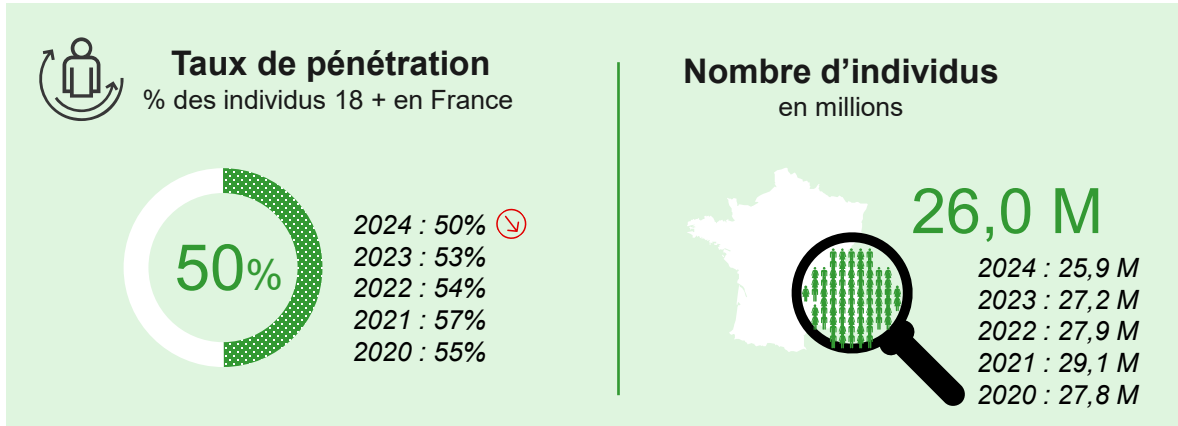
**Evolution de l'indice annuel des prix à la consommation (INSEE) et évolution du prix moyen par végétal (Kantar)**



Base : ensemble des végétaux (hors sapins de Noël)



Au niveau individu, 1 adulte sur 2 a acheté des végétaux en 2025 (stable), soit 26 millions de Français. Ils ont acheté en moyenne 17 végétaux, pour un budget de 86€. Les femmes et les personnes de 55 ans + dépensent toujours plus dans les végétaux que l'ensemble de la population.



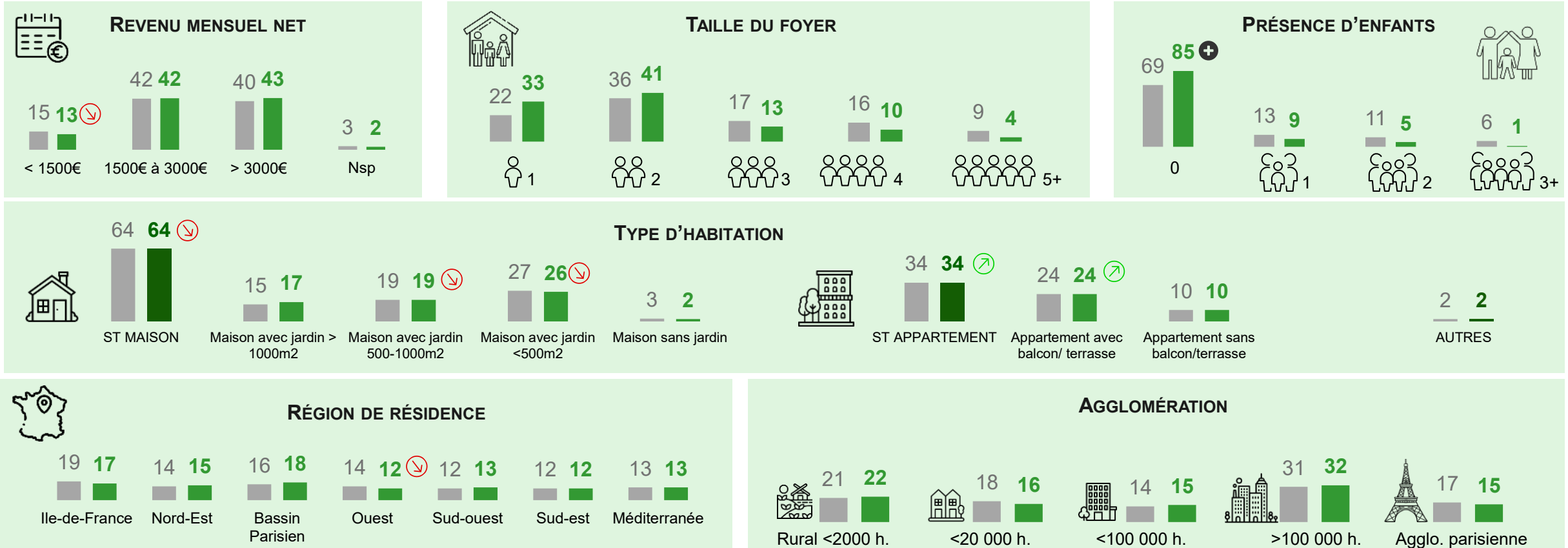
Base: ensemble des individus acheteurs de végétaux 18+ (6012) En 2025, 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

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

En détail, les personnes qui dépensent le plus dans les végétaux appartiennent principalement à des foyers composés de 1 ou 2 personnes, sans enfants, vivant en maison.

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

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



Base: ensemble des individus acheteurs de végétaux 18+ (6012) En 2025, 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente  
+ - Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population



En 2025, les quantités achetées sur le marché des végétaux restent stables, mais les sommes dépensées continuent de baisser.

### Volume et valeur du marché des végétaux (évolutions)



#### Volume

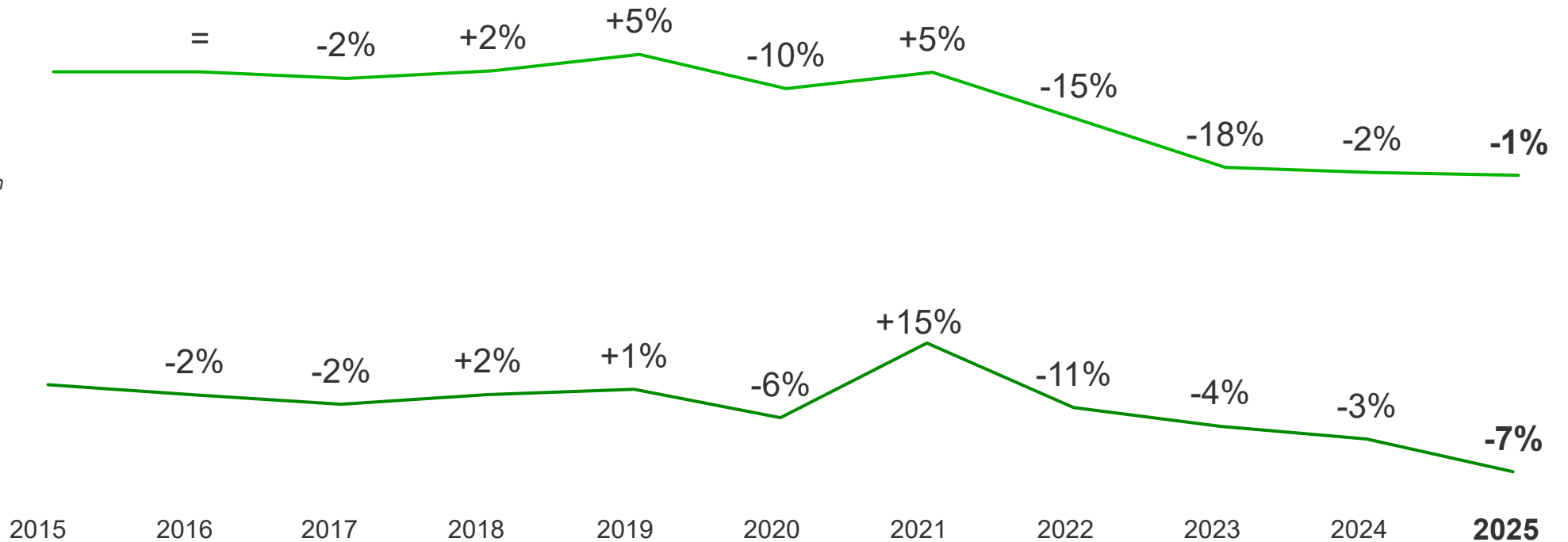
##### Quantités achetées

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



#### Valeur

##### Sommes dépensées



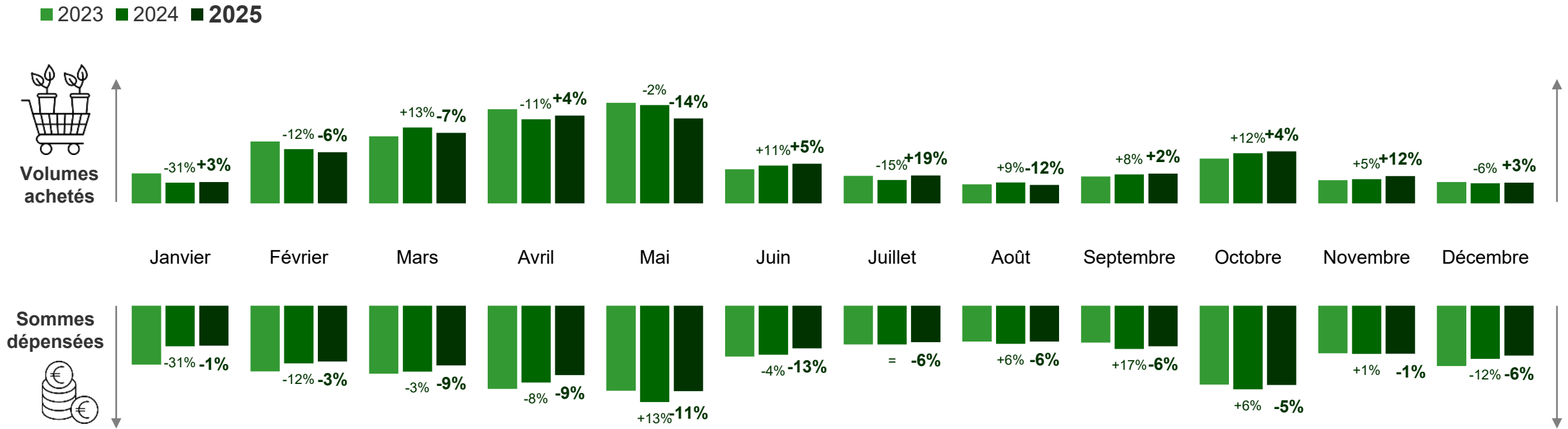
Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

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



La saisonnalité du marché reste globalement stable, malgré une baisse importante du volume sur le mois de mai, rattrapée sur d'autres mois. En valeur, la baisse se répartit de manière plutôt homogène sur l'ensemble des mois, restant plus forte entre mars et juin.

**Quantités achetées et sommes dépensées par mois (évolutions)**

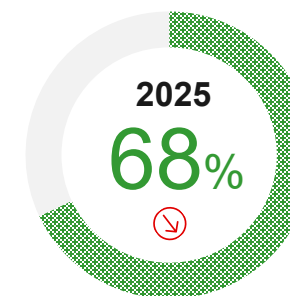
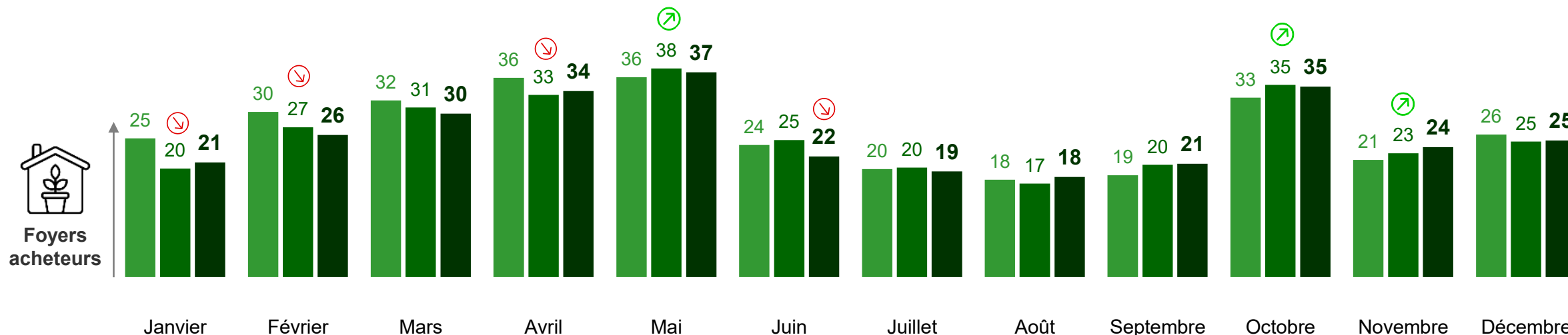


Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

Le taux de foyers acheteurs de végétaux reste assez stable sur l'ensemble des mois hormis juin, en baisse.

**Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



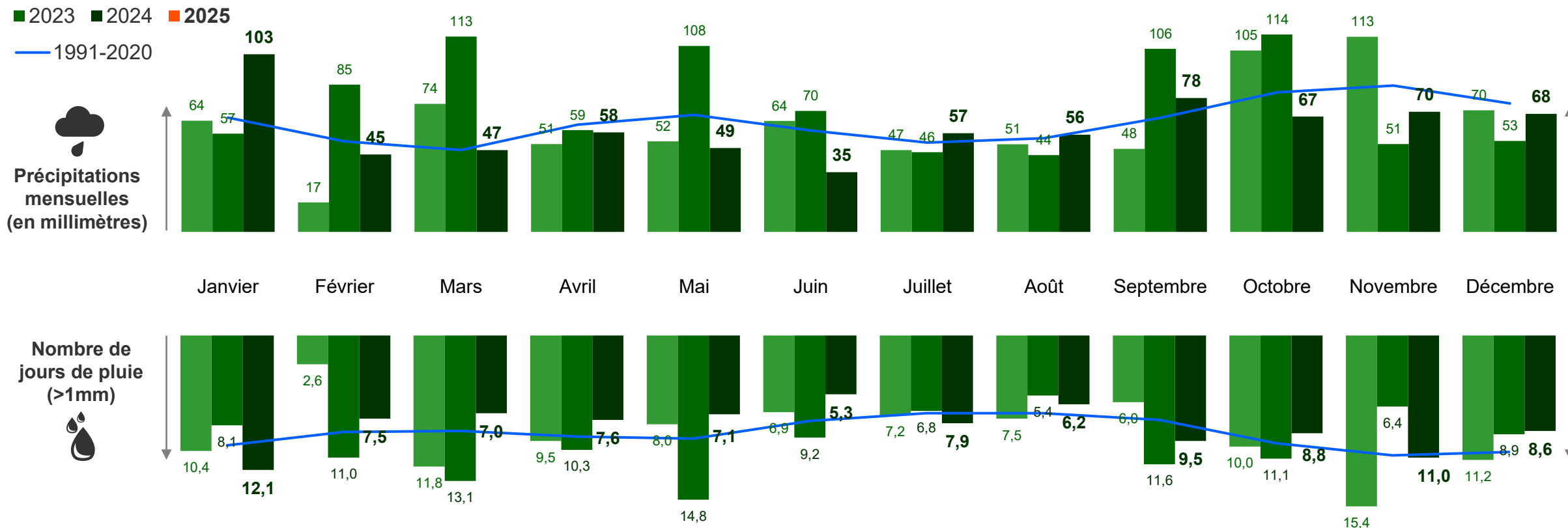
Rappel  
Taux annuel  
2024 : 70%  
2023 : 70%  
2022 : 73%

Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les précipitations en 2025 ont été particulièrement intenses en janvier, mais souvent inférieures à la normale sur le reste de l'année.

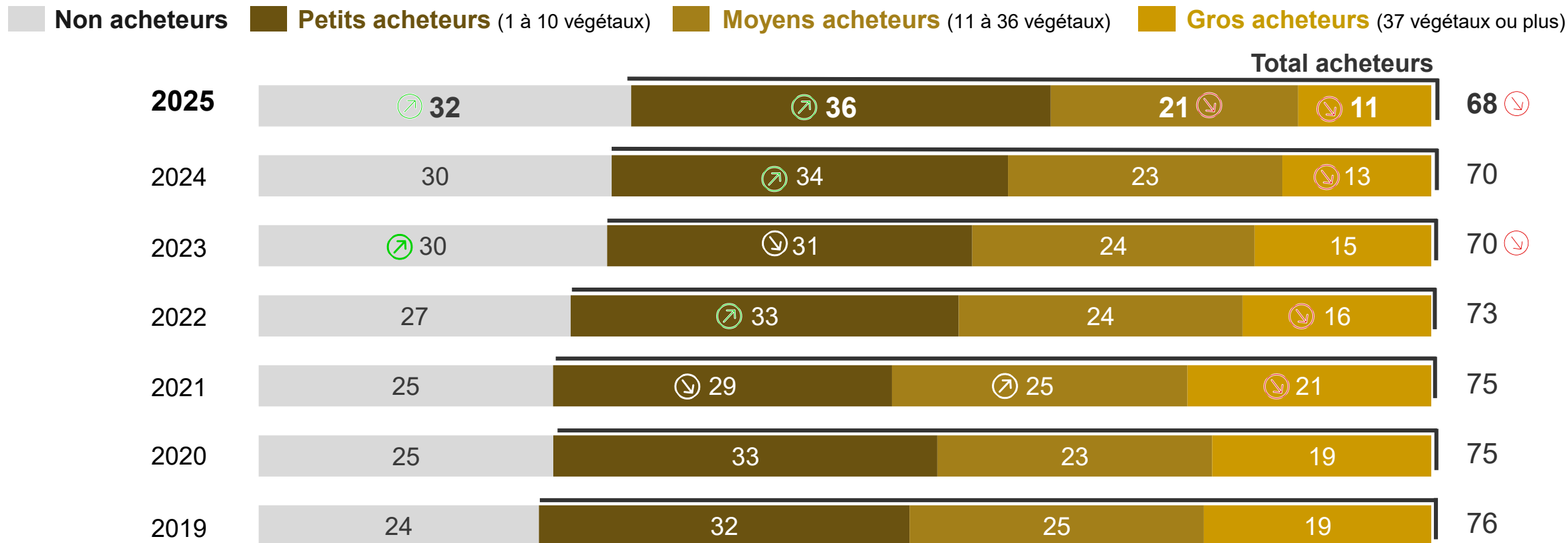
### Précipitations mensuelles et nombre de jours de pluie par mois



Données climatologiques mensuelles distribuées par Météo-France  
Indicateur pluviométrique national = moyenne des 30 stations de référence

La baisse globale du taux de foyers acheteurs est accompagnée par une nouvelle diminution du nombre de gros acheteurs, se traduisant par une augmentation des petits acheteurs.

### Répartition des acheteurs et non acheteurs



Base : ensemble des foyers

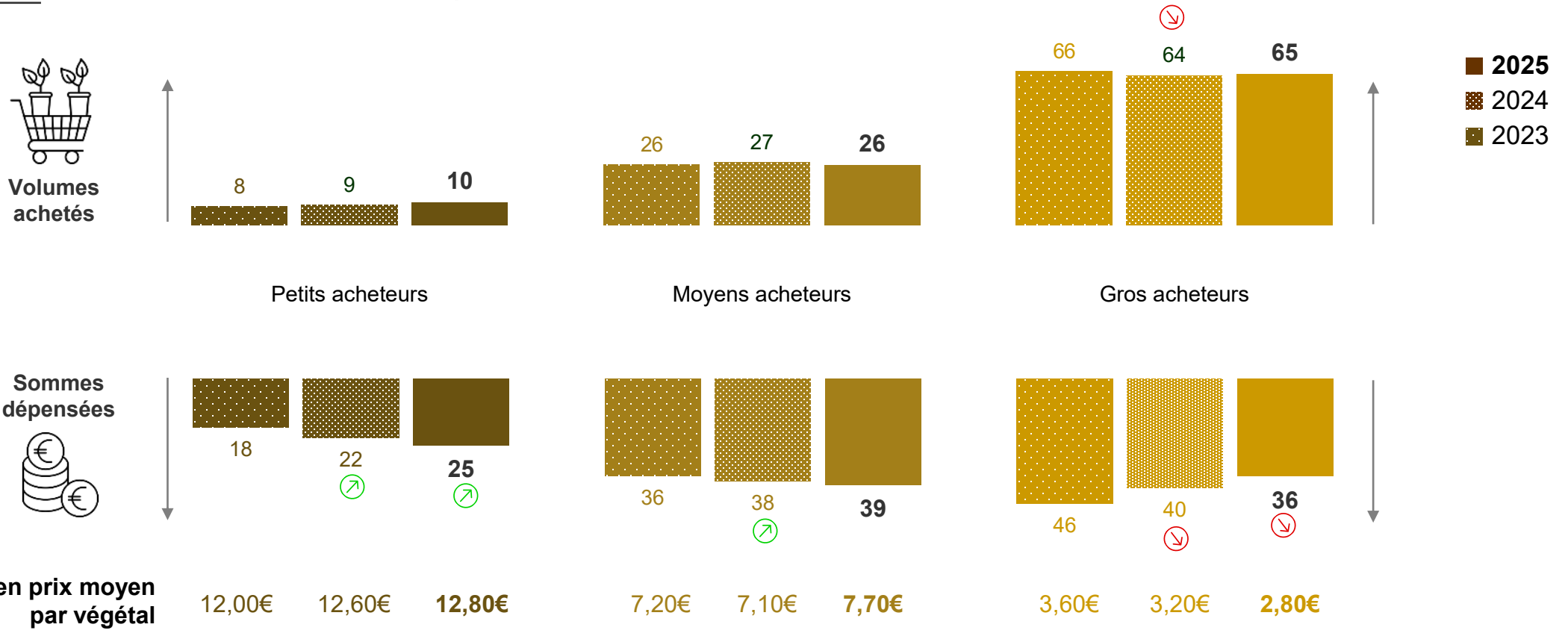
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX

Bien que les quantités achetées par les trois segments restent stables, les sommes dépensées par les petits acheteurs continuent de prendre du poids au détriment des gros acheteurs, qui ne constituent plus le segment le plus important en valeur.

### Répartition des volumes achetés et des sommes dépensées



Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux : petits (2493), moyens (1504), gros (790)

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente



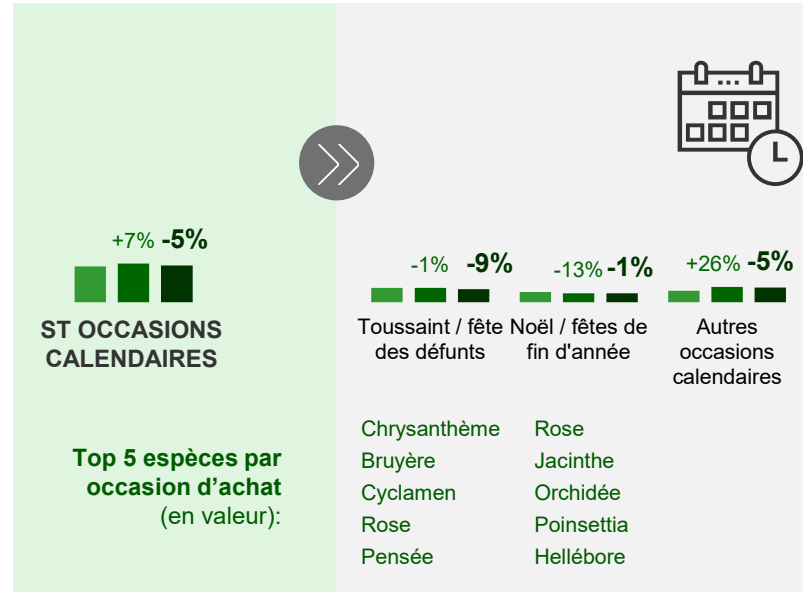
La baisse des sommes dépensées se concentre sur les occasions personnelles, bien que les achats pour se faire plaisir résistent et restent stables. Les dépenses pour les occasions calendaires diminuent aussi, et retrouvent un niveau proche de 2023.

**Evolution des sommes dépensées par occasion d'achat (évolutions)**

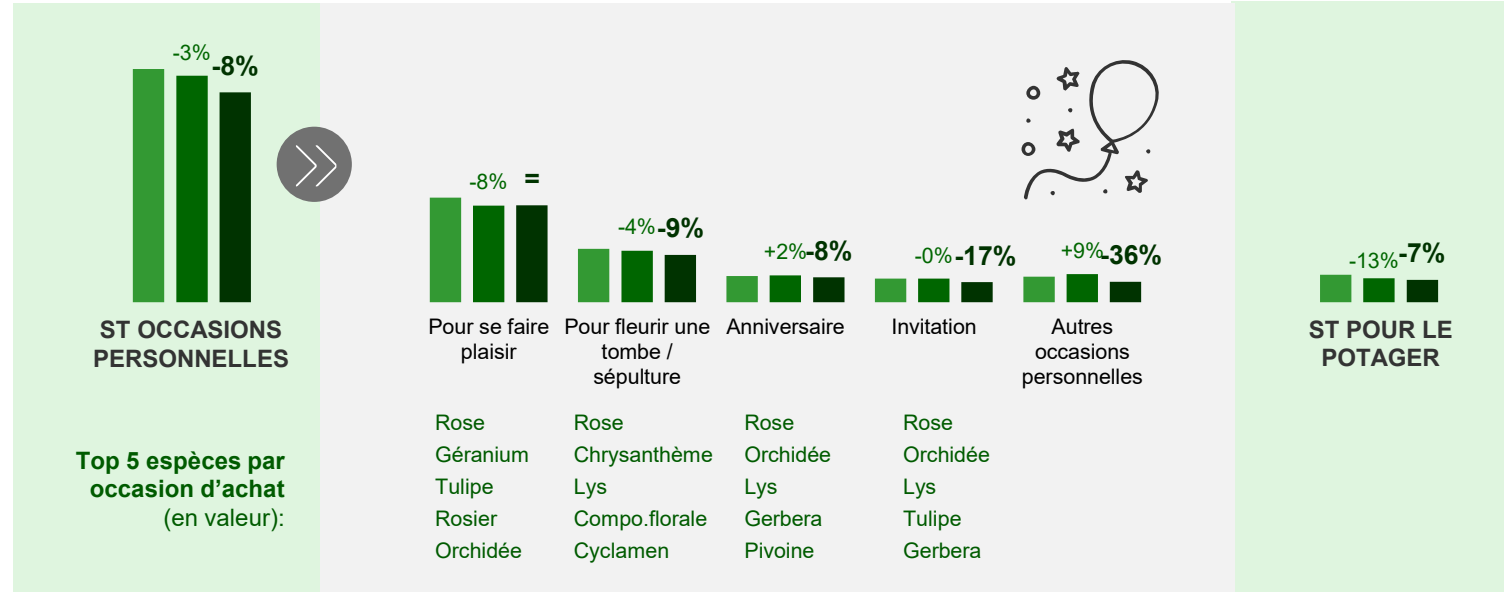
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Détail des principales occasions calendaires



Détail des principales occasions personnelles



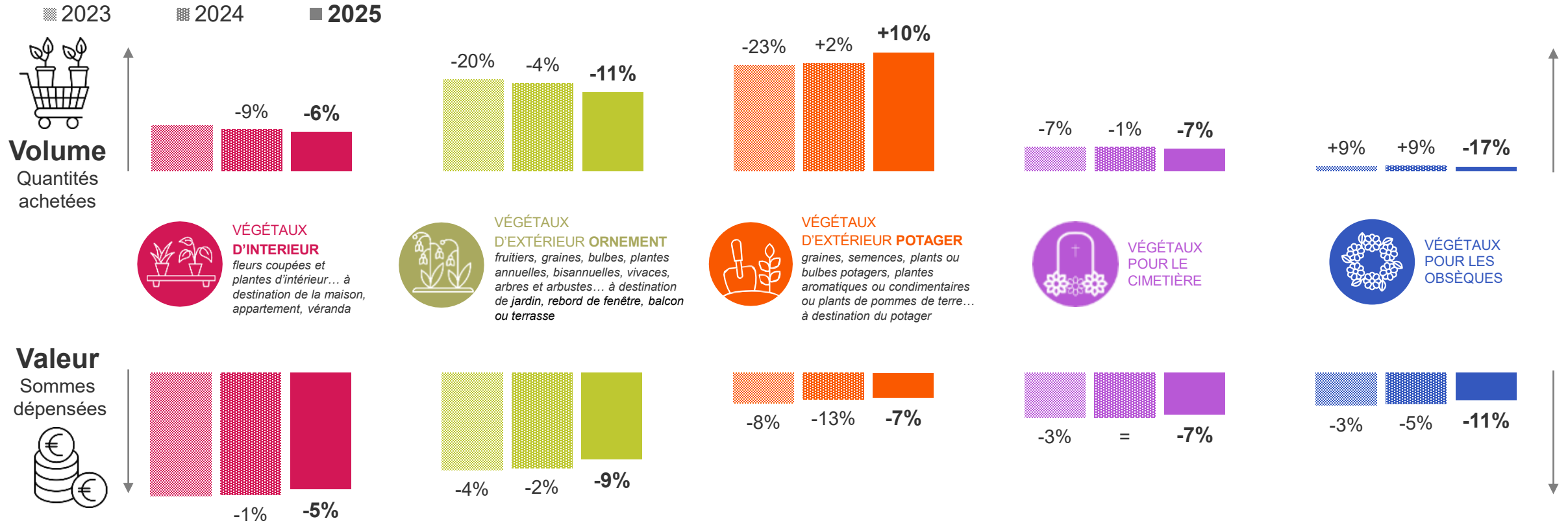
**ST POUR LE POTAGER**

Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)



L'apparente stabilité du marché en volume comporte en réalité une baisse significative de l'ensemble des végétaux d'ornement, notamment d'extérieur, compensée par une progression du potager. En valeur la baisse est plutôt homogène entre marchés.

**Volume et valeur des différents marchés (évolutions)**



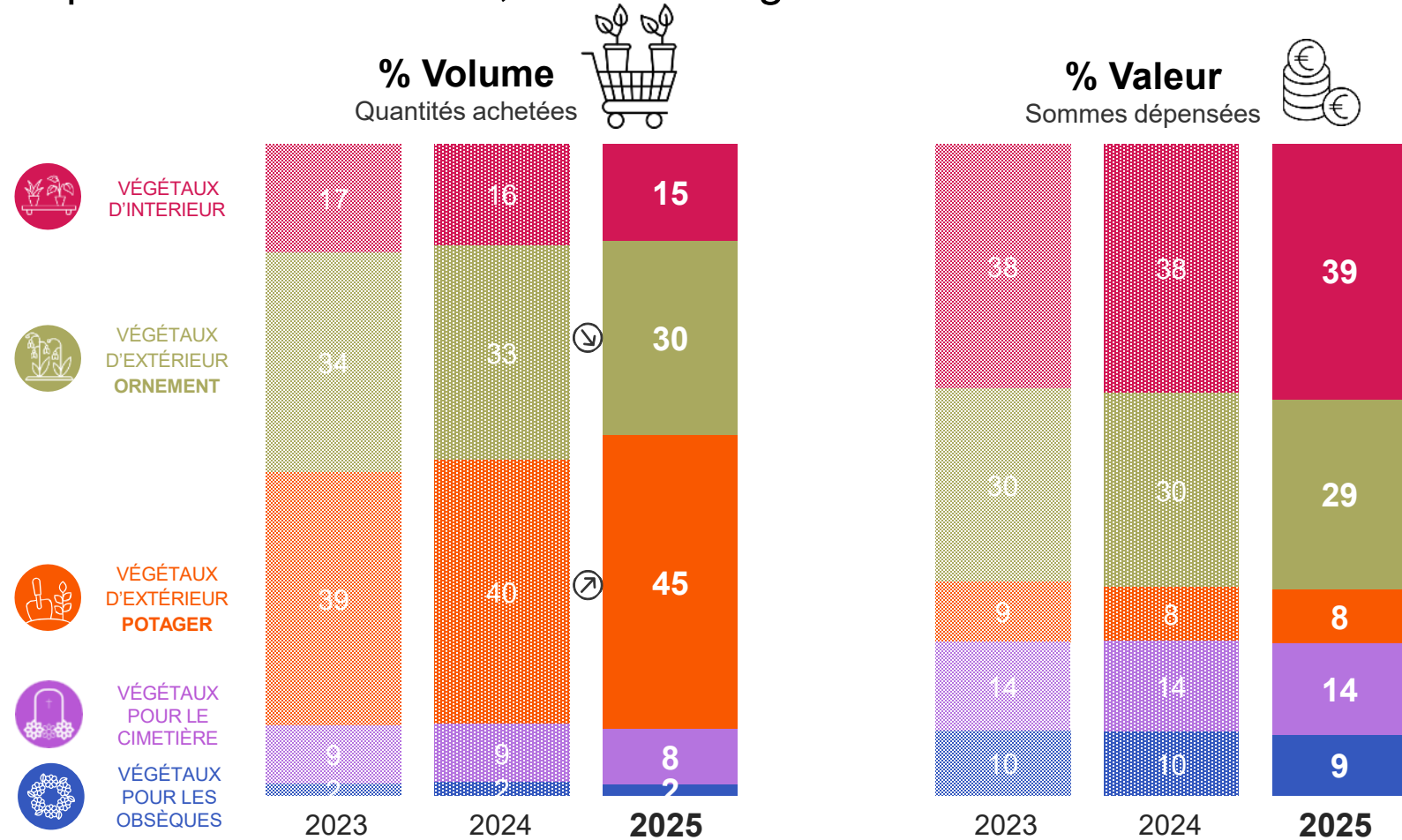
Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

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



La répartition du marché par type de végétal suit la dynamique des différents segments : le potager prend encore plus de place en volume, suivi par les végétaux d'extérieur d'ornement, en baisse. En valeur, les poids restent stables, avec les végétaux d'intérieur en tête.

Poids des différents marchés

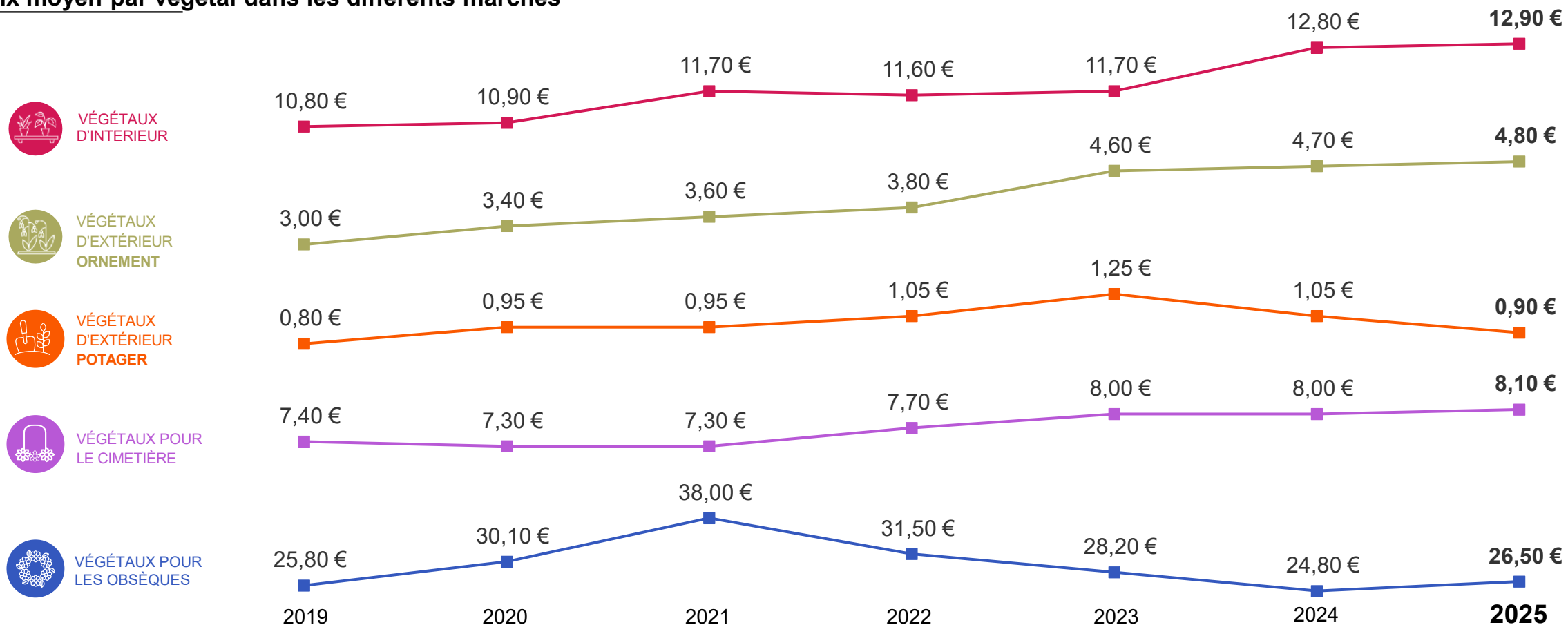


Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

La stabilité du prix moyen par végétal cache une hausse d'environ 10 centimes dans les principaux segments de l'ornement, équilibrée par une baisse comparable dans le potager.

### Prix moyen par végétal dans les différents marchés

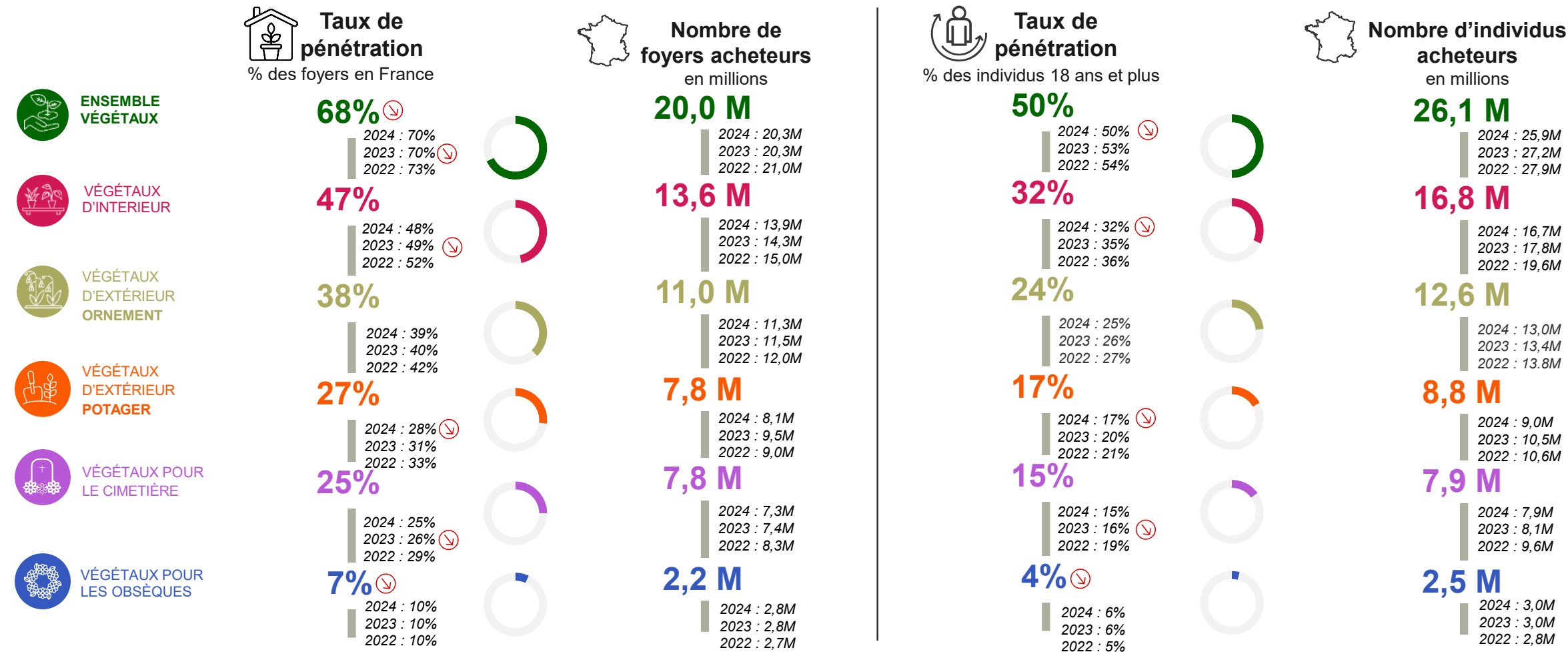


Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)



# Le nombre d'acheteurs est en tendance baissière particulièrement sur le plus petit segment des obsèques et résiste le mieux sur l'ornement d'intérieur.

## Taux de pénétration des différents marchés



Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France. NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence. -x% / +x% = évolution vs l'année précédente



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX

1.2

La fréquentation des principaux lieux d'achat s'érode, tandis que les LISA et les producteurs affichent une bonne performance.



ENSEMBLE  
DES VÉGÉTAUX



# 1.2 La fréquentation des principaux lieux d'achat s'érode, tandis que les LISA et les producteurs affichent une bonne performance.

En 2025, les lieux **les plus fréquentés** pour les achats de végétaux sont toujours la grande distribution (37% des foyers), suivie des fleuristes (27%) et des jardineries (27%), même si leur taux de **pénétration** baisse de -3 points en deux ans.

L'évolution du marché **affecte différemment les circuits** : les LISA et les producteurs réaffichent une dynamique positive et récupèrent du terrain face aux lieux les plus fréquentés.

En **volume**, la grande distribution et les jardineries demeurent en tête, mais cèdent des parts de marché au profit des LISA, des producteurs et des marchés.

En **valeur**, les fleuristes conservent la plus grande part de marché. Si la grande distribution enregistre un net repli, les LISA et les producteurs bénéficient encore d'une légère progression.

Les **quantités moyennes achetées par an** sont plus élevées dans les LISA (21 végétaux), les producteurs (15) et les marchés (15).

Les **budgets moyens annuels**, en revanche, restent plus élevés chez les fleuristes (75€) et via la vente à distance (69€, en hausse), malgré les plus petites quantités. Ce budget annuel progresse non seulement dans la vente à distance, mais aussi dans les LISA, les marchés et les jardineries.

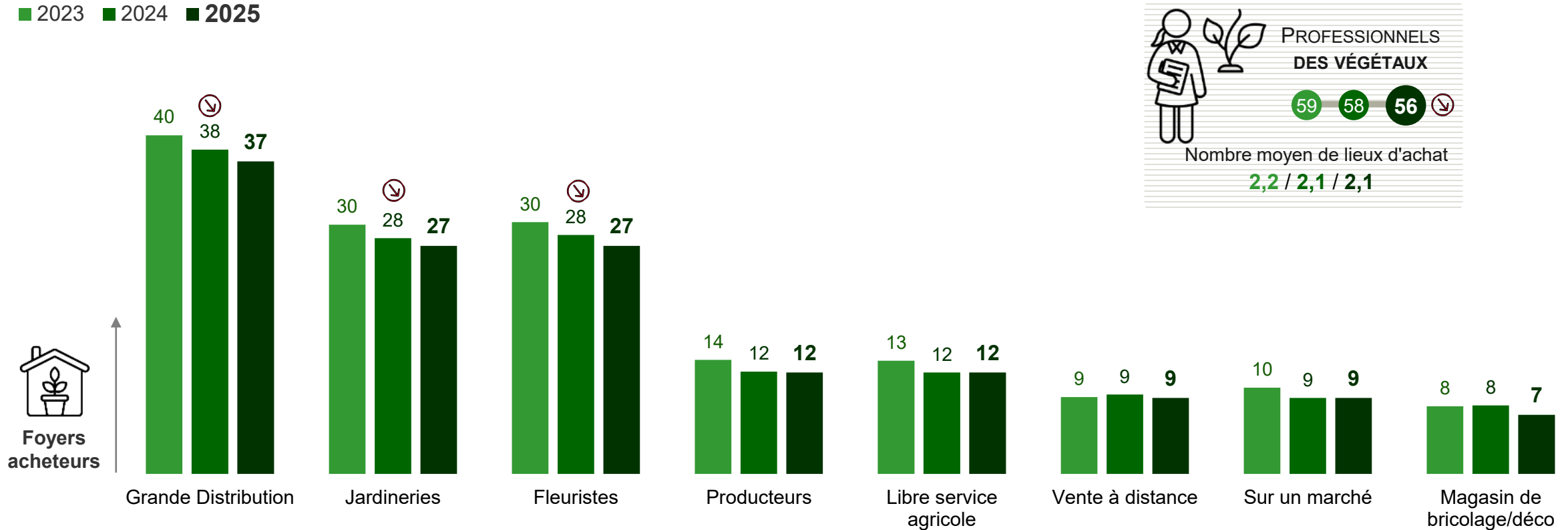
Le **prix moyen** dépensé pour un végétal est ainsi nettement plus élevé chez les fleuristes (17€) et en vente à distance (12€), tandis qu'il demeure plus faible dans les autres lieux, entre 2,30 € dans les LISA et 5,10 € dans les jardineries. Dans ces derniers circuits, une baisse du prix moyen semble refléter une évolution du mix de végétaux achetés vers des plus petits achats.

La part de foyers acheteurs sur **internet** demeure stable, avec 13% des acheteurs ayant effectué au moins un achat en ligne. Ce canal reste limité et représente toujours 4% des quantités achetées et 8% des sommes dépensées. Le prix moyen par végétal dépensé en ligne est environ deux fois plus élevé que celui en magasin physique.

La grande distribution, les jardinerias et les fleuristes demeurent les lieux les plus fréquentés pour les achats de végétaux, avec des pénétrations en tendance baissière, à la différence des autres circuits.

### Pénétration des lieux d'achat

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

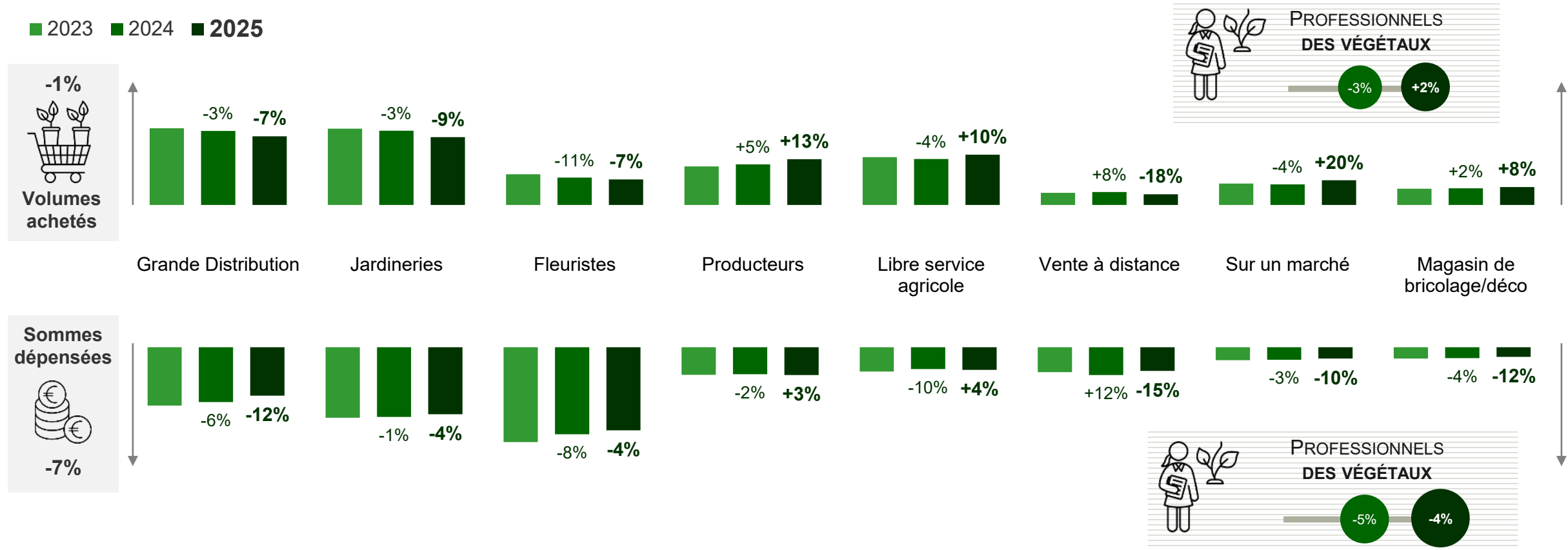


Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

La grande distribution et les jardinerias restent en tête en quantités achetées, les fleuristes en sommes dépensées. Malgré la conjoncture difficile, les LISA et les producteurs affichent une croissance en volume et en valeur.

**Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (évolutions)**



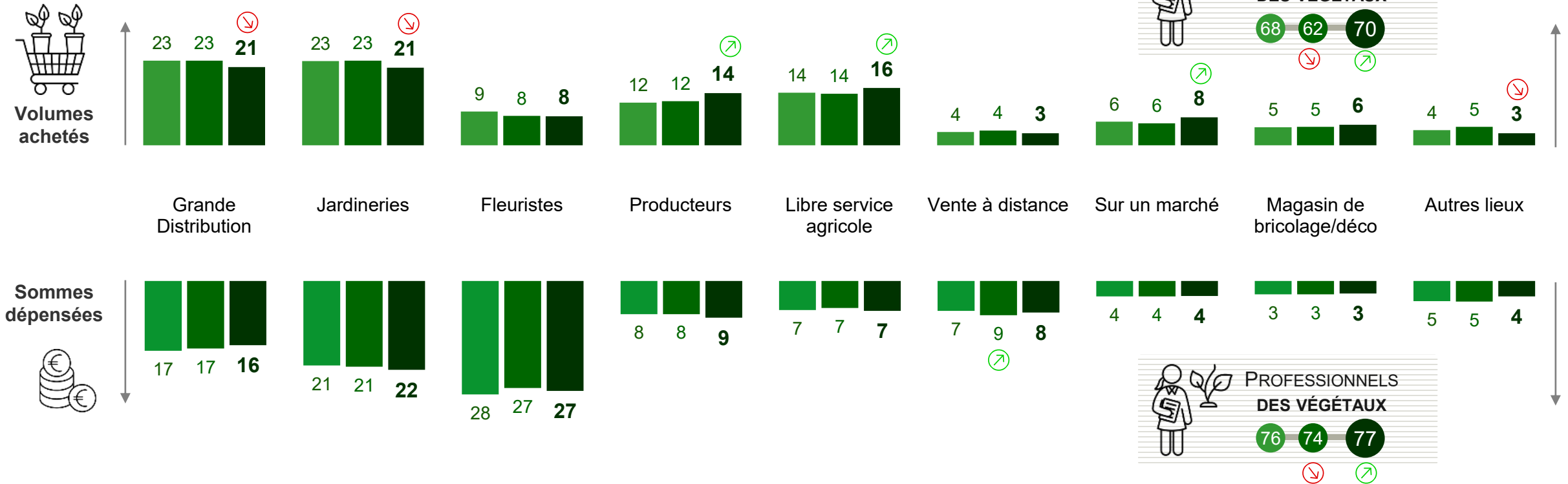
Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

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

Si les parts de marché des lieux d'achat restent assez stables en valeur, en volume, la grande distribution et les jardineries perdent des parts de marché, en faveur notamment des LISA et des producteurs.

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

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente



Le prix moyen dépensé pour un végétal est en légère hausse dans les circuits à prix structurellement plus élevés : jardineries, vente à distance et fleuristes. À l'inverse, il recule dans les autres lieux d'achat, notamment sur les marchés et en magasins de bricolage/déco.

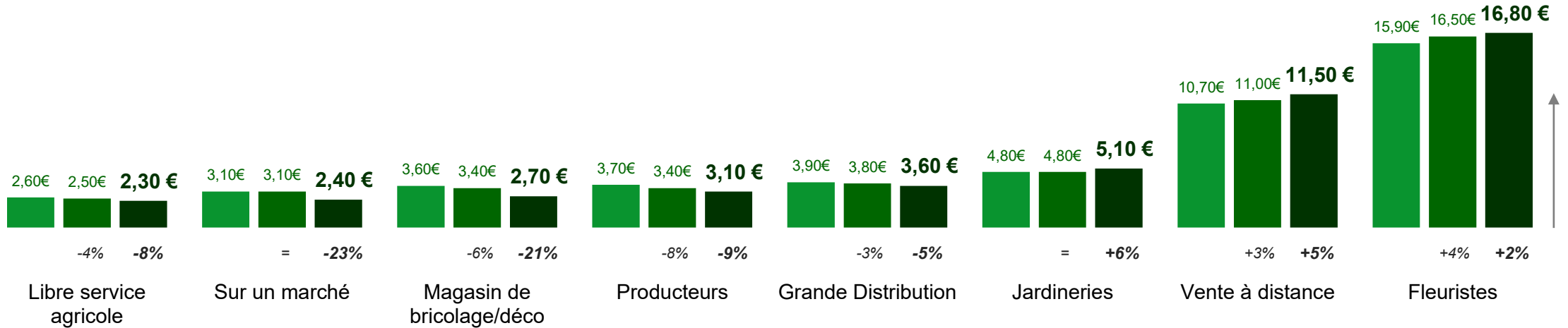
### Prix moyen par végétal

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Prix moyen par végétal

-2%  
Rappel  
marché

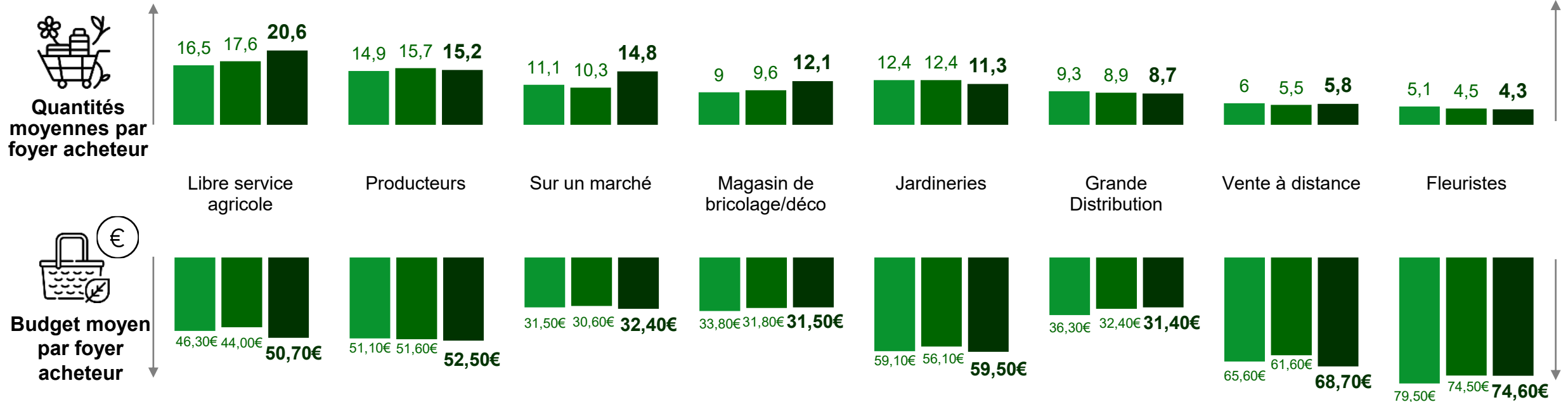


Base : ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)

Les LISA restent le 1<sup>er</sup> circuit en quantités moyennes par foyer acheteur, devant les producteurs et les marchés. Le budget moyen annuel dépensé, après une baisse en 2024, remonte sur les LISA, les marchés, les jardineries et la vente à distance.

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

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

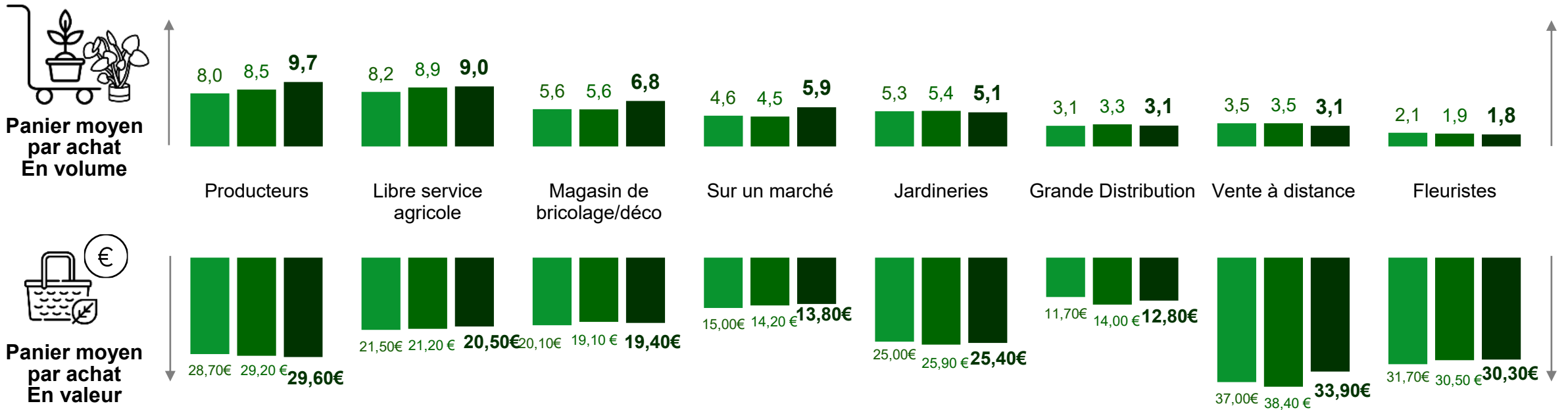


Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux dans chaque canal

Les producteurs sont le lieu avec le plus gros panier moyen par achat en quantité, et passe devant le LISA. En sommes dépensées, le panier par achat reste globalement stable, en baisse seulement en vente à distance en et moindre mesure en grande distribution.

### Panier moyen par achat dans le lieu d'achat

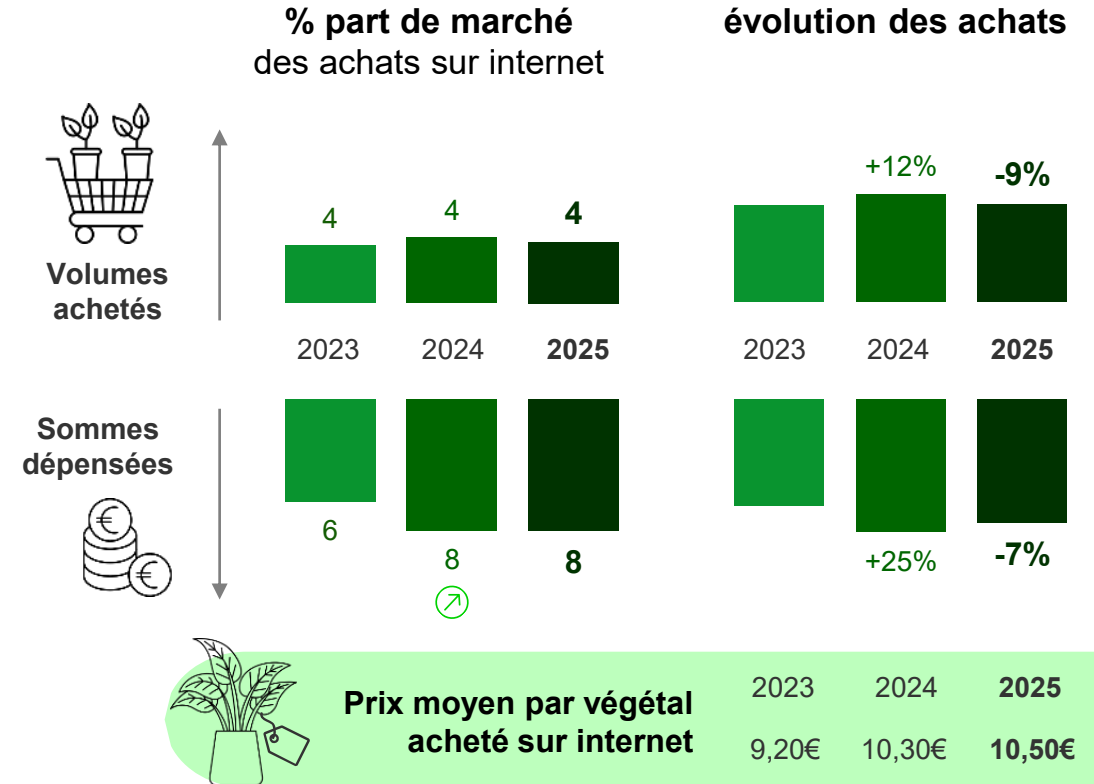
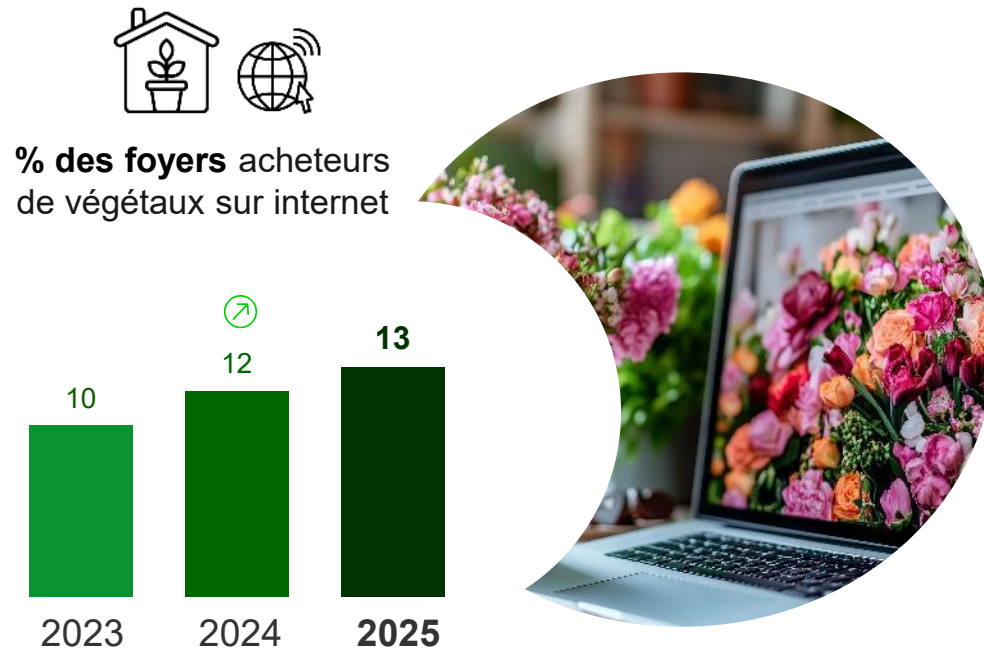
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux dans chaque canal

Les achats de végétaux réalisés sur internet suivent la même tendance baissière que l'ensemble du marché, avec des parts stables en volume, en valeur et en pénétration.

**Pénétration et part de marché des achats sur internet**



Base : ensemble des foyers acheteurs de végétaux (4787)  
Sur l'ensemble des végétaux, les achats sur internet en 2025 représentent 4% des volumes et 8% de la valeur du marché

Base : Ensemble des achats de végétaux (hors sapins de Noël)   Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



TYPE DE  
VEGETAUX

2

## Les achats par type de végétaux



VÉGÉTAUX  
D'INTÉRIEUR

2.1

Le segment des végétaux d'intérieur enregistre un léger recul, sous l'effet du fléchissement du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget stable.



VÉGÉTAUX  
D'INTERIEUR



# 2.1

## Le segment des végétaux d'intérieur enregistre un léger recul, sous l'effet du fléchissement du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget stable.

Après une baisse importante en 2023, le **nombre de foyers acheteurs** de végétaux d'intérieur reste **presque stable** à 47% (-1pt) en 2025, même si le taux est le plus faible depuis 2019.

Le taux d'individus acheteurs demeure quant à lui inchangé (32%).

La quantité moyenne achetée par foyer reste plutôt stable (4,7), tout comme le budget moyen consacré (63€) et le prix moyen dépensé pour un végétal (13€). En revanche, la poursuite de la baisse du nombre de foyers acheteurs se traduit par un nouveau **recul** du marché en **volumes achetés** (-6%) et en **sommes dépensées** (-5%).

Les achats de végétaux d'intérieur demeurent plus **répartis sur l'ensemble de l'année** que ceux des autres segments, malgré un pic saisonnier en décembre. Cette répartition tend à se renforcer, avec un repli des achats entre février et juin, historiquement plus dynamiques.

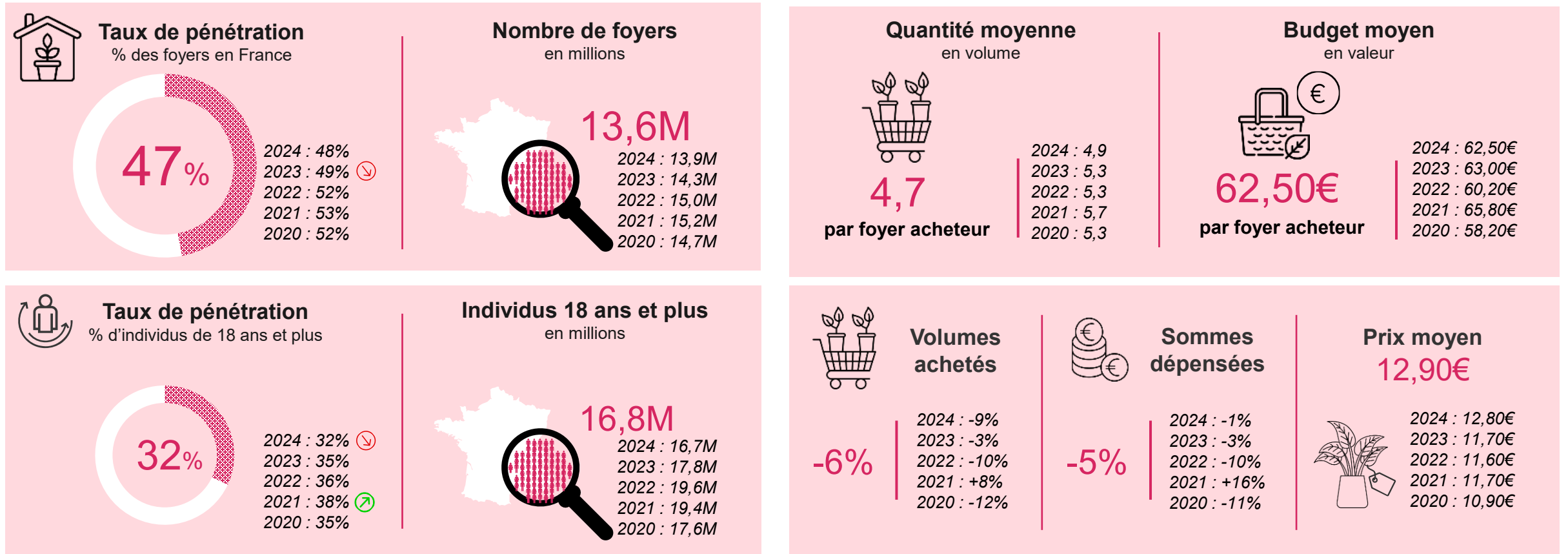
Ces achats restent **majoritairement réalisés pour offrir**, le plus souvent à une personne hors du foyer, notamment en sommes dépensées. Les achats liés à des **occasions personnelles** et pour se faire plaisir demeurent également prédominants, bien qu'ils poursuivent leur tendance baissière. À l'inverse, les achats associés à des **occasions calendaires** se maintiennent.

La **grande distribution** et les **fleuristes** restent les lieux d'achats privilégiés par les foyers acheteurs de végétaux d'intérieur, suivis par les jardineries.

Le léger recul du marché se répartit de manière relativement équilibrée entre les circuits, même si les LISA parviennent à enregistrer une progression. En **quantités achetées**, la grande distribution conserve la première place et maintient sa part de marché. En **sommes dépensées**, les fleuristes résistent bien et restent largement leaders, en récupérant des parts de marché perdues l'année précédente.

Les achats réalisés via **internet** demeurent stables et prolongent la bonne dynamique observée en 2024, devenant un mode d'achat désormais significatif, avec des montants dépensés plus élevés.

En 2025, 47% des foyers ont acheté au moins un végétal d'intérieur (-1pt). Bien que le budget alloué et les quantités moyennes achetées restent stables, la diminution constante du nombre de foyers acheteurs continue de faire reculer le marché.



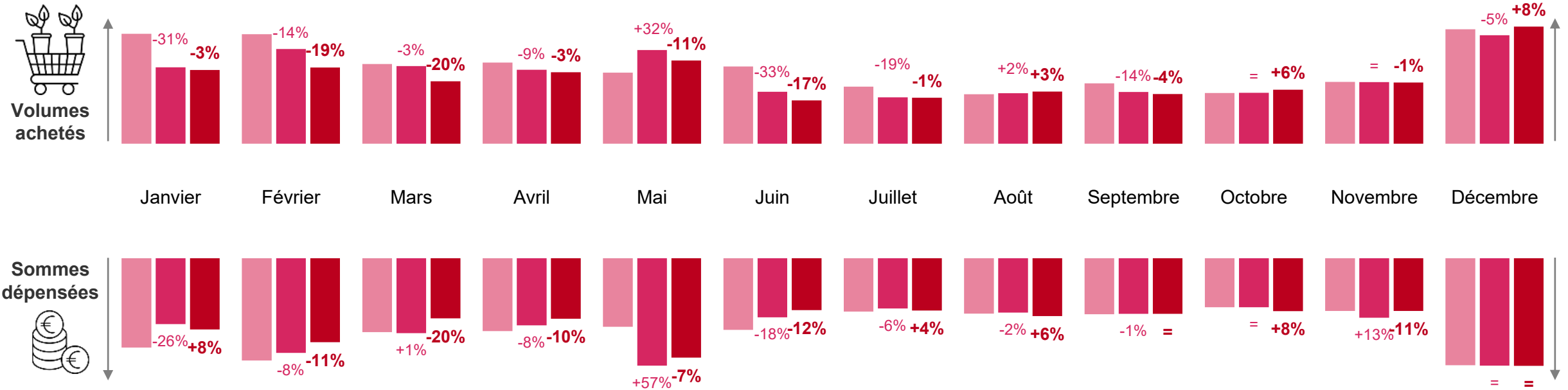
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
 Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les achats de végétaux d'intérieur restent plutôt répartis sur l'ensemble de l'année, avec un pic en décembre. Les dépenses sont en baisse notamment entre février et juin.

### Quantités achetées et sommes dépensées par mois (évolutions)

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

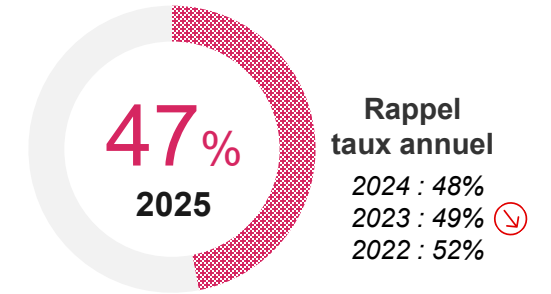
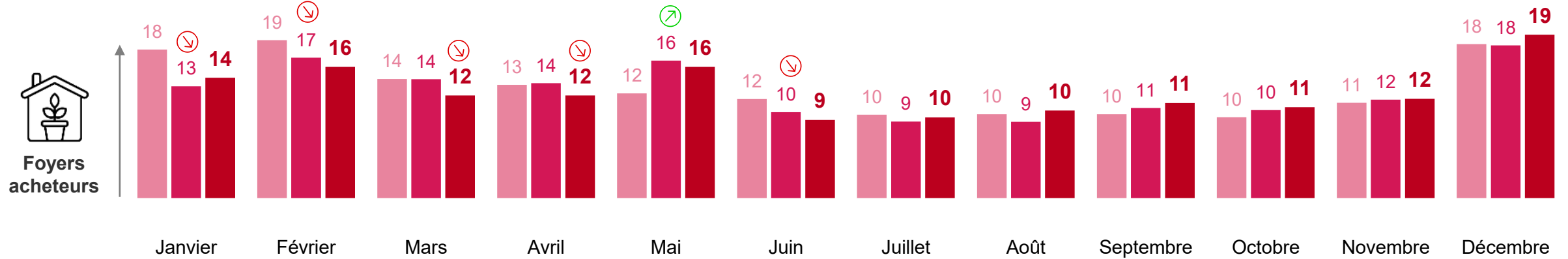


Base : achats de végétaux d'intérieur

Le taux de foyers acheteurs de végétaux d'intérieur, historiquement plus élevé entre janvier et avril, continue de diminuer pour atteindre un niveau comparable à celui du reste de l'année.

### Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

Les foyers achètent toujours en majorité des végétaux d'intérieur pour offrir, notamment en sommes dépensées. La légère diminution du marché se répartit de manière assez équilibrée entre les achats pour offrir et ceux pour soi-même.

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

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

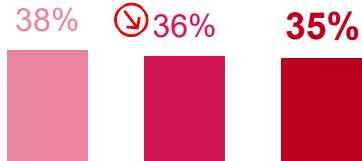


% des foyers



Pour offrir  
à une personne du foyer  
ou hors du foyer

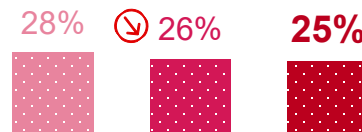
A une personne du foyer :  
A une personne hors du foyer :



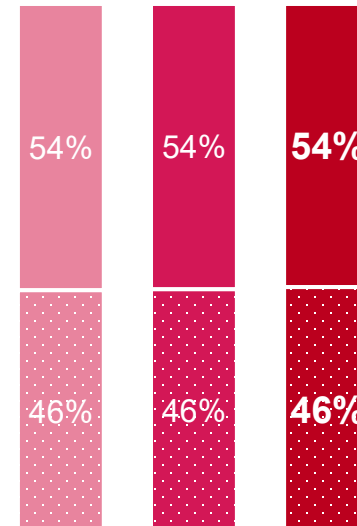
A une personne du foyer :	16%	15%	14%
A une personne hors du foyer :	30%	30%	28%



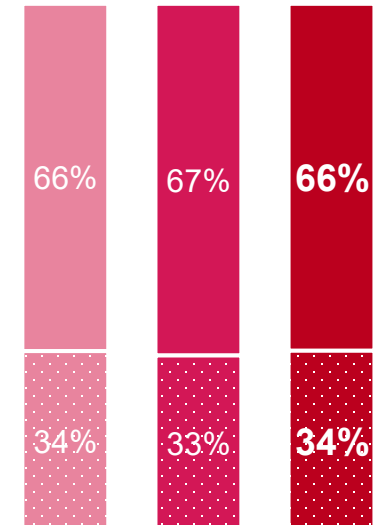
Pour soi-même



% des quantités achetées



% des sommes dépensées



Base : ensemble des foyers

Base : achats de végétaux d'intérieur

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Même si les achats liés aux événements calendaires restent stables, la majorité des achats portent sur des occasions personnelles, qui mobilisent un nombre décroissant de foyers.

### Pénétration et part de marché selon le motif d'achat

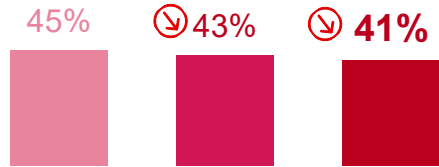
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



% des foyers



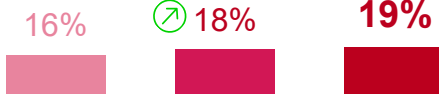
Occasion personnelle



Pour se faire plaisir : 25%  
Invitation : 15%  
Anniversaire : 15%



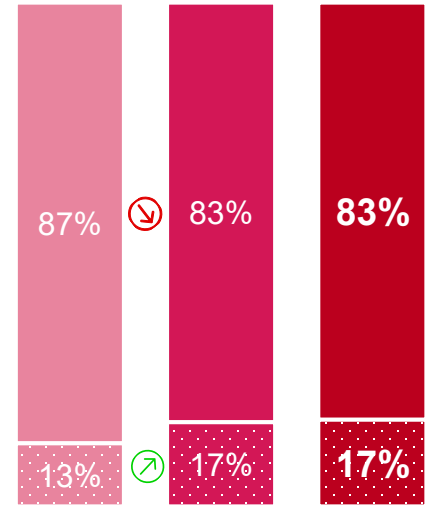
Occasion calendaire



Noël, fêtes de fin d'année : 8%  
Saint Valentin : 4%  
1<sup>er</sup> mai (fête du travail) : 4%  
Fête des mères : 5%



% des quantités achetées

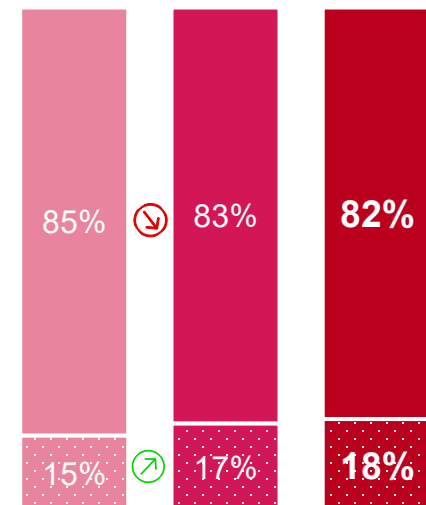


Pour se faire plaisir : 45%  
Invitation : 14%  
Anniversaire : 14%

Noël, fêtes de fin d'année : 7%  
1<sup>er</sup> mai : 4%  
Saint Valentin : 2%



% des sommes dépensées



Pour se faire plaisir : 33%  
Invitation : 16%  
Anniversaire : 19%

Noël, fêtes de fin d'année : 7%  
Saint Valentin : 3%  
1<sup>er</sup> mai : 2%

Base : ensemble des foyers

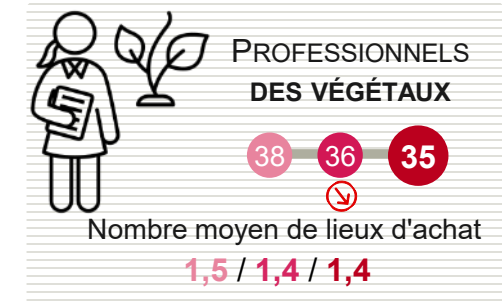
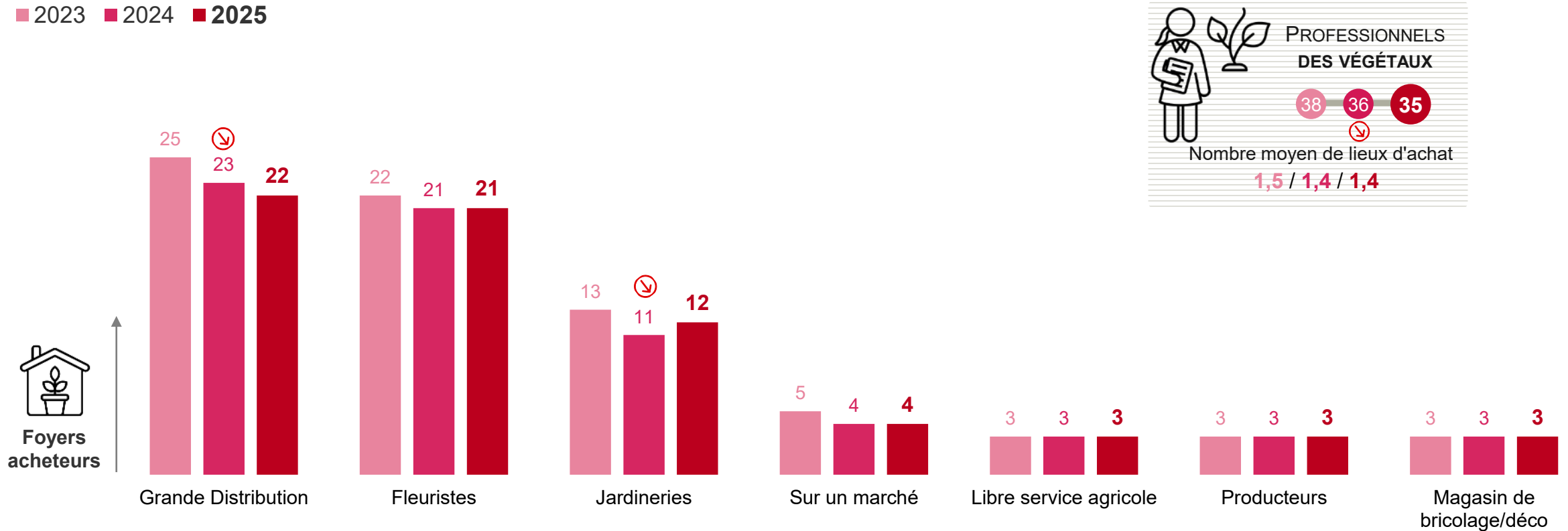
Base : achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

La grande distribution et les fleuristes, suivis de loin par les jardineries, restent les lieux d'achat les plus fréquentés pour les achats de végétaux d'intérieur.

### Pénétration des lieux d'achat

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



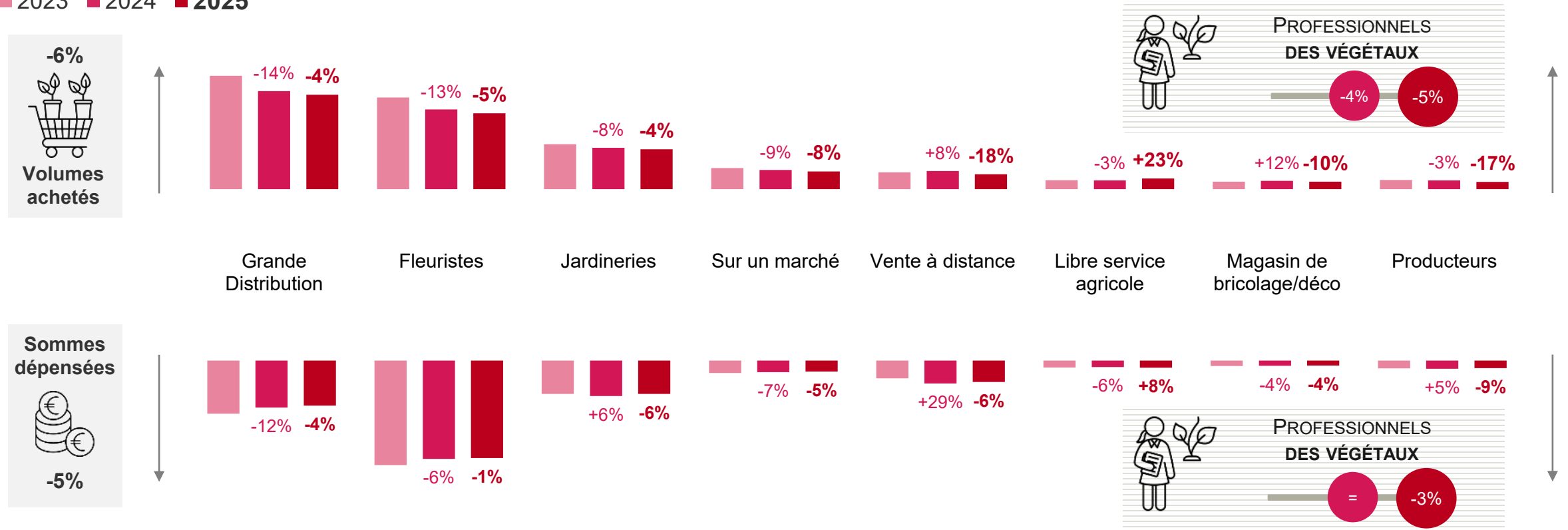
Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

La grande distribution reste en tête des quantités de végétaux d'intérieur achetées, les fleuristes en sommes dépensées, qui résistent bien. La légère baisse du marché se répartit de manière assez équilibrée entre circuits, avec des LISA qui affichent une dynamique positive.

**Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



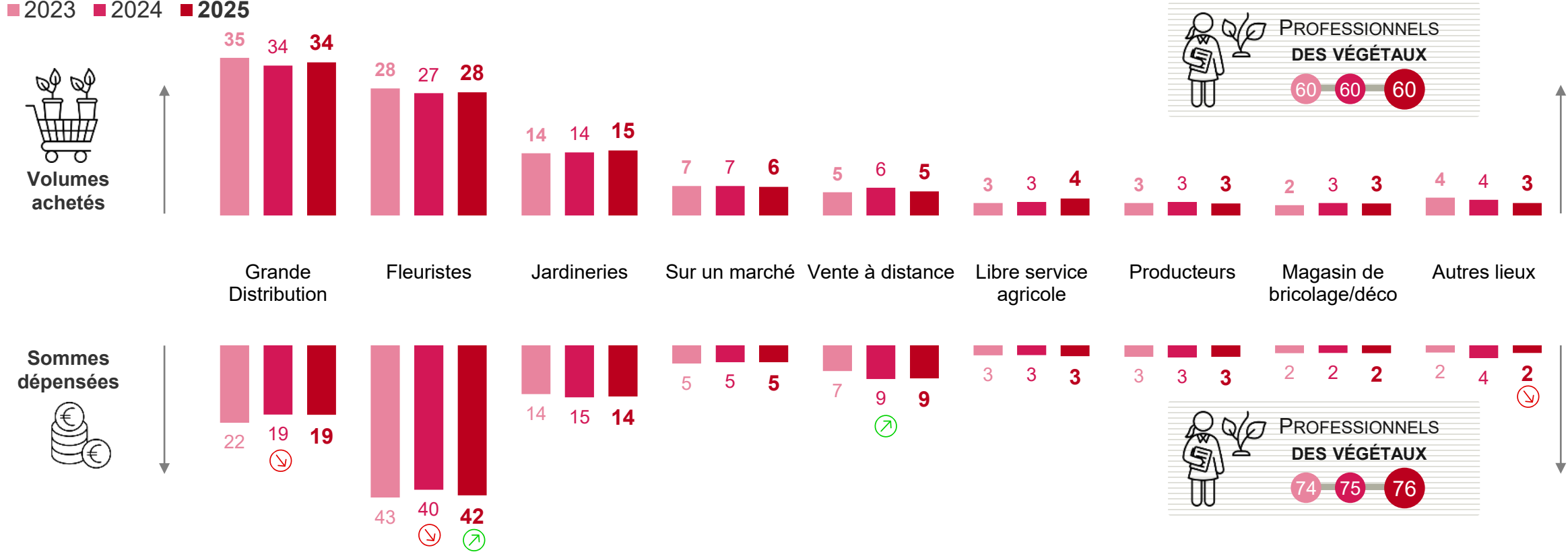
Base : achats de végétaux d'intérieur

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les parts de marché en volume des différents lieux d'achat restent stables.  
En valeur, les fleuristes regagnent le terrain qu'ils avaient perdu en 2024.

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

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

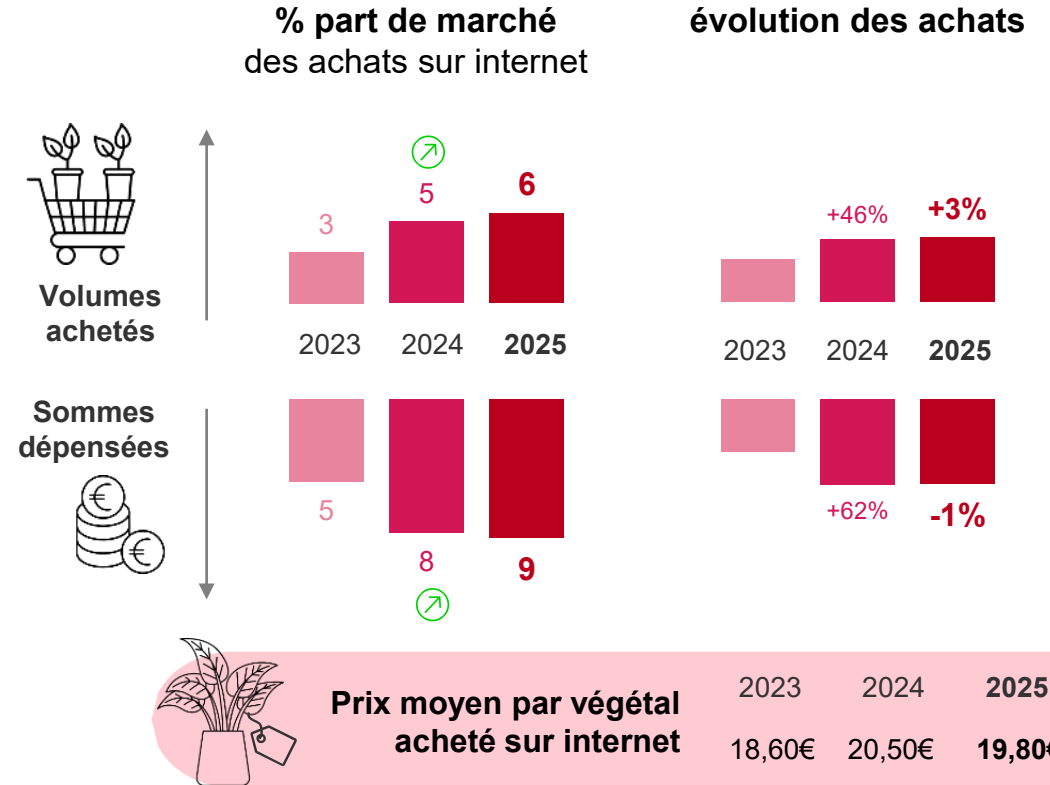
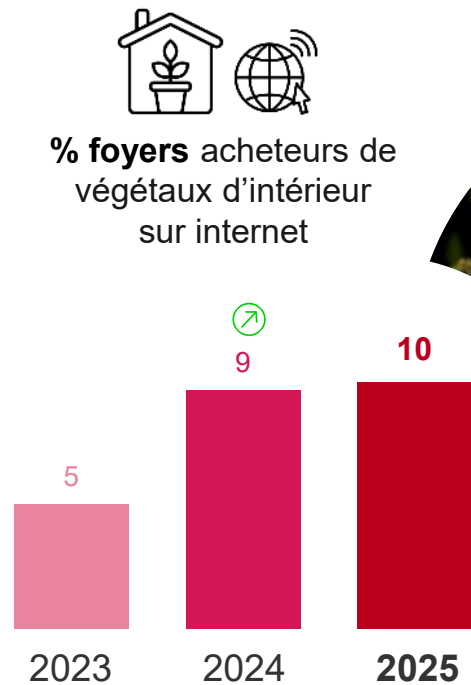


Base : achats de végétaux d'intérieur

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

Après une croissance significative en 2024, le marché des végétaux d'intérieur en ligne résiste et se stabilise, tant en termes de proportion de foyers acheteurs que sur les parts de marché en volume et en valeur. Le prix moyen dépensé est particulièrement important.

### Pénétration et part de marché des achats sur internet



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3272)

Base : achats de végétaux d'intérieur

  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT

## 2.2

Le segment des végétaux d'extérieur d'ornement revient à la baisse, pénalisé par l'érosion du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget qui se maintient.



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT



# 2.2

Le segment des végétaux d'extérieur d'ornement revient à la baisse, pénalisé par l'érosion du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget qui se maintient.

En 2025, les végétaux d'extérieur d'ornement ont été achetés par **38% des foyers**, taux **presque stable** (-1pt), qui reste au plus bas observé depuis de nombreuses années. Cela représente au niveau individu 24% des Français, une proportion aussi assez constante.

Après une année plus stable, le segment de l'extérieur **poursuit sa décroissance** en 2025. Même si le budget consacré et les quantités moyennes achetées par foyer résistent, la diminution constante du nombre de foyers acheteurs continue d'entraîner un recul du marché en **volume** (-11%). Le prix moyen par végétal augmente très légèrement à 4,80€, ce qui limite partiellement la baisse en **valeur** (-9%).

Les achats de végétaux d'extérieur d'ornement se font le plus souvent au **printemps**, à des niveaux toutefois qui s'éloignent toujours des valeurs historiques. Cette année, les quantités achetées sont plutôt en baisse en début d'année, avec une reprise partielle à l'automne. En sommes dépensées, les périodes les plus impactées restent les mois clés d'avril et mai.

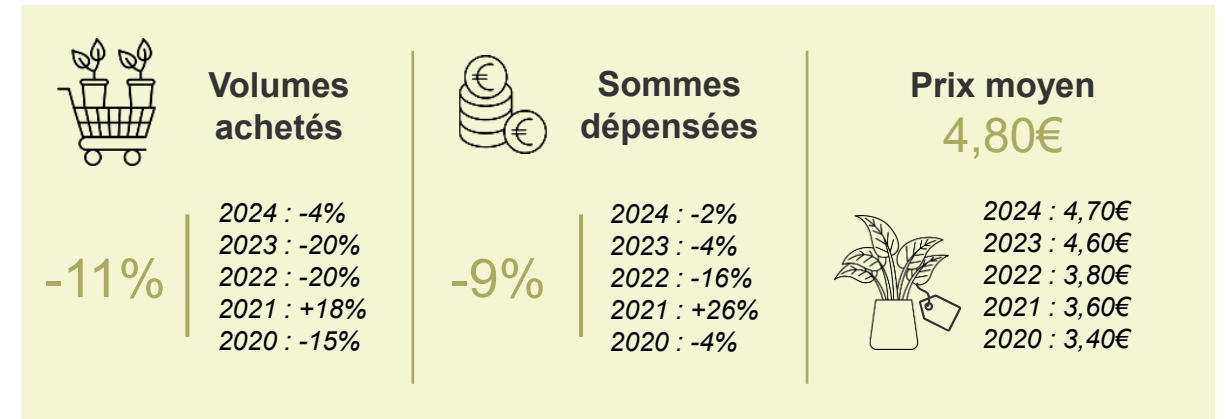
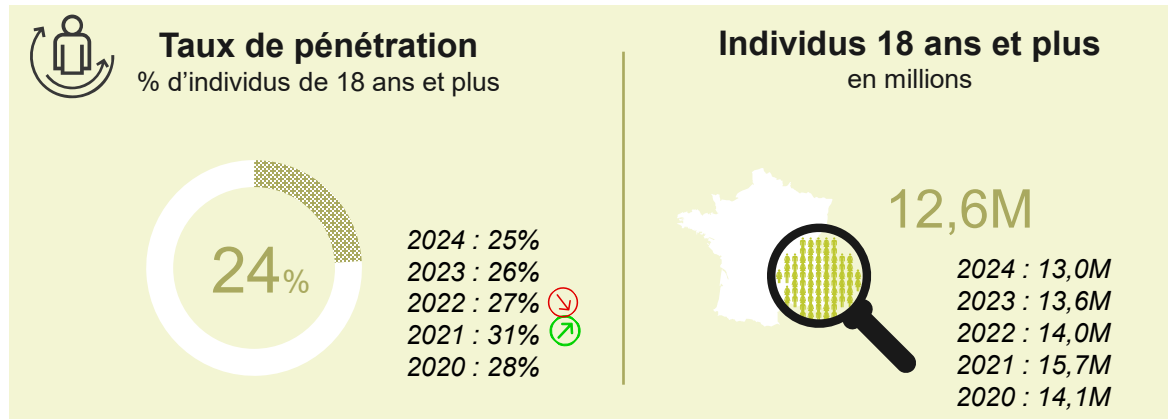
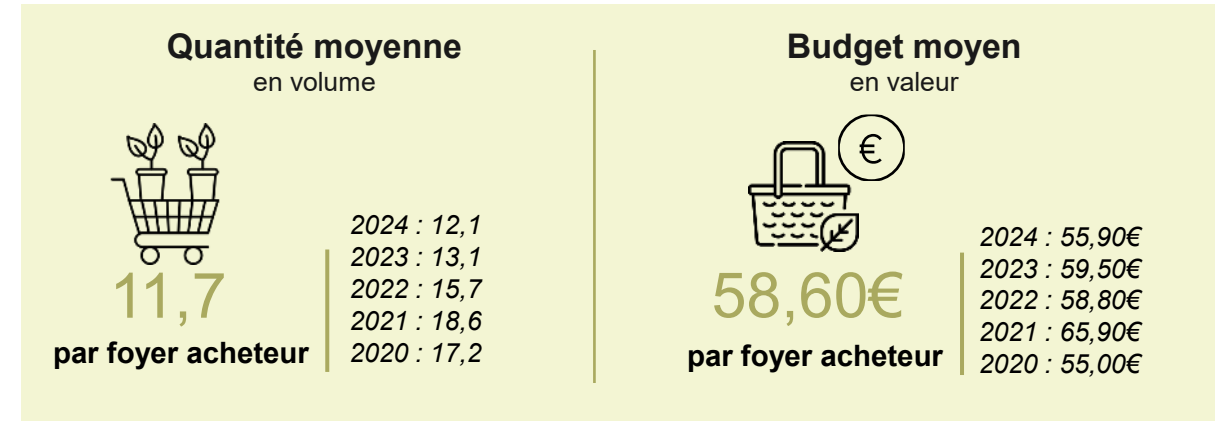
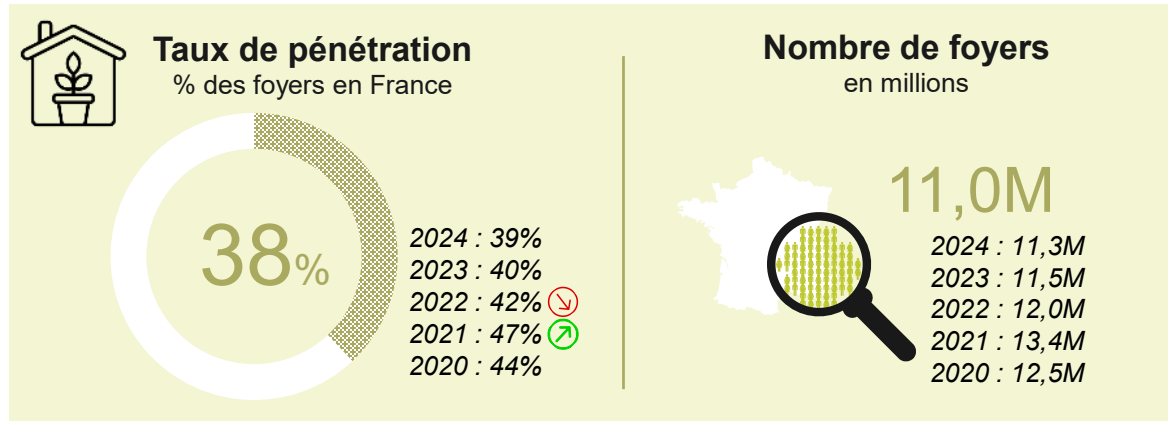
Les achats sont très majoritairement à destination du **jardin**. Malgré une baisse du nombre d'acheteurs, ces achats prennent une importance croissante, au détriment des achats pour les balcons et terrasses, en volume comme en valeur.

Les **jardineries** et la **grande distribution** sont solidement installées en tête des lieux les plus fréquentés pour les achats de végétaux d'extérieur d'ornement. Les jardineries sont devant en volume et de manière nettement plus marquée en valeur. Les **producteurs** affichent une croissance et récupèrent des parts de marché, notamment en prenant la deuxième place en valeur, au détriment de la grande distribution. Les **LISA** résistent également à la tendance baissière et progressent légèrement en valeur.

Les achats sur **internet** subissent la tendance baissière globale du segment, avec des parts en volume et valeur qui se consolident et un prix moyen par végétal sensiblement plus élevé.



En 2025, 38% des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur d'ornement (-1pt).  
Même si le budget consacré et les quantités moyennes achetées résistent, la diminution constante du nombre de foyers acheteurs continue de faire reculer le marché.



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

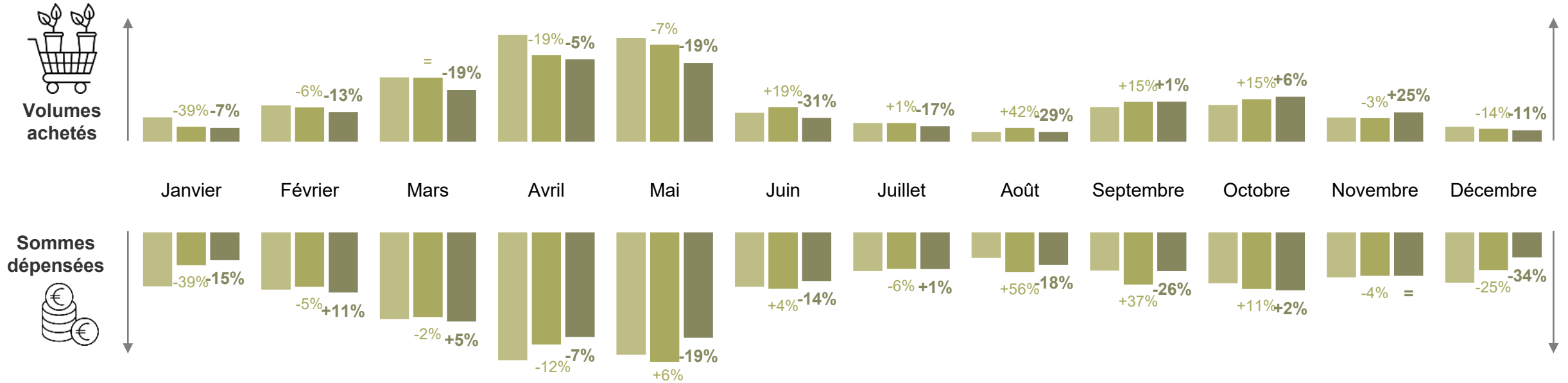
↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



Les achats en volume sont en baisse sur la majorité de l'année, avec une exception sur l'automne. En valeur, des baisses également majoritaires, notamment avril, mai et décembre.

**Quantités achetées et sommes dépensées par mois (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : achat de végétaux d'extérieur d'ornement

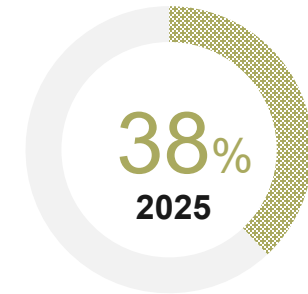


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT

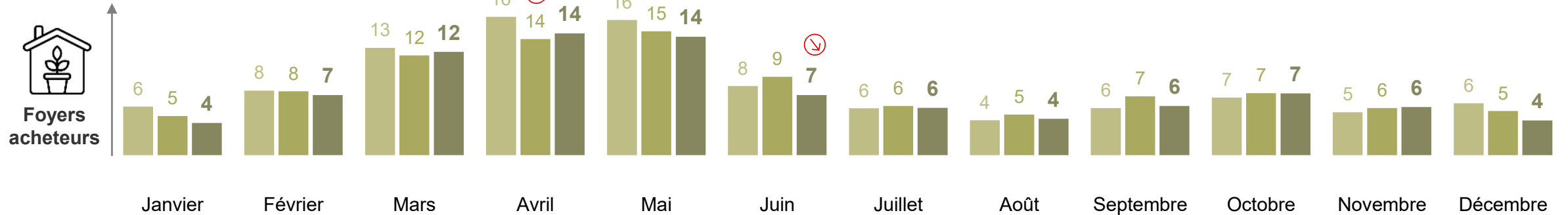
Le taux de foyers acheteurs est toujours plus élevé au printemps, même s'il perd en intensité, avec une saisonnalité qui tend à se lisser.

### Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



**Rappel  
taux annuel**  
 2024 : 39%  
 2023 : 40% ↘  
 2022 : 42%



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT

La part des achats de végétaux d'extérieur d'ornement à destination du jardin reste largement majoritaire et prend de plus en plus d'importance malgré une baisse du nombre d'acheteurs, au détriment des achats pour les balcons et terrasses.

### Pénétration et part de marché selon la destination

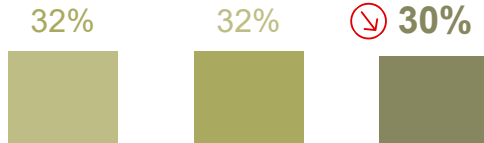
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025

  
% des foyers

  
% des quantités achetées

  
% des sommes dépensées

  
Jardin



  
Terrasse, balcon,  
rebord de fenêtre,  
cours ou muret



Autre extérieur 1% 2% 1% 2% 2% 1%

Base : ensemble des foyers

Base : achats de végétaux d'extérieur

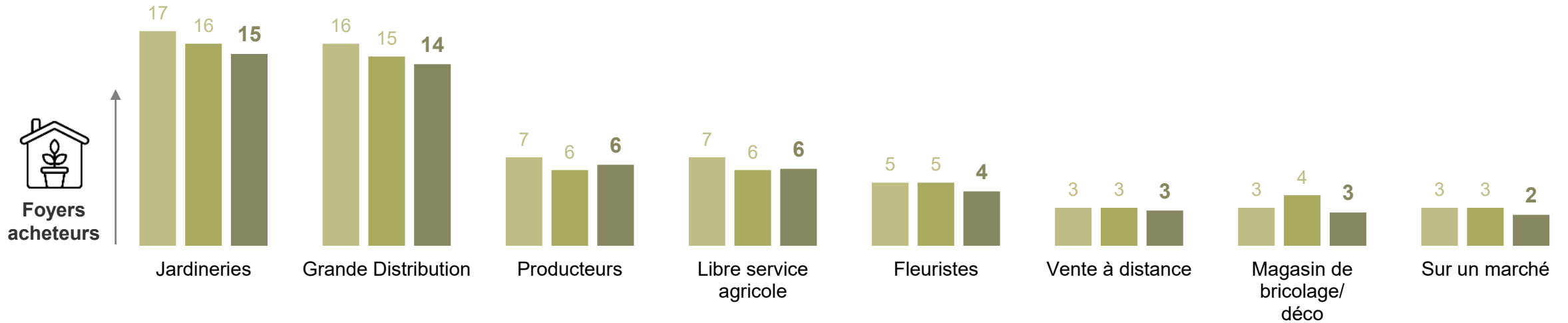
  Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente



Les jardinerie et la grande distribution restent les lieux d'achat fréquentés par le plus de foyers pour les végétaux d'extérieur d'ornement, loin devant les producteurs, les LISA et les fleuristes.

**Pénétration des lieux d'achat**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

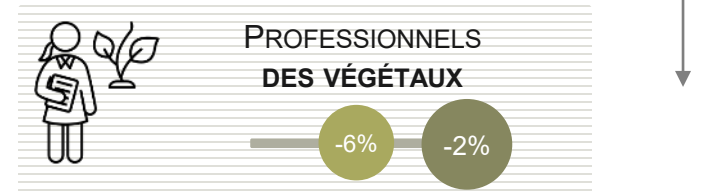
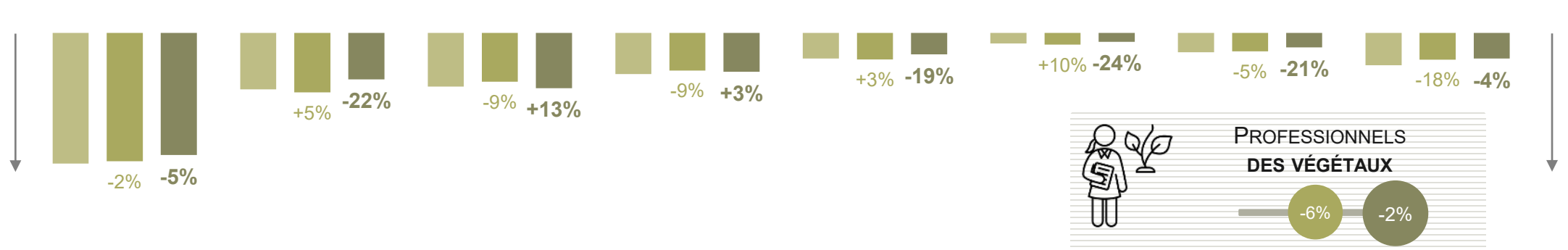
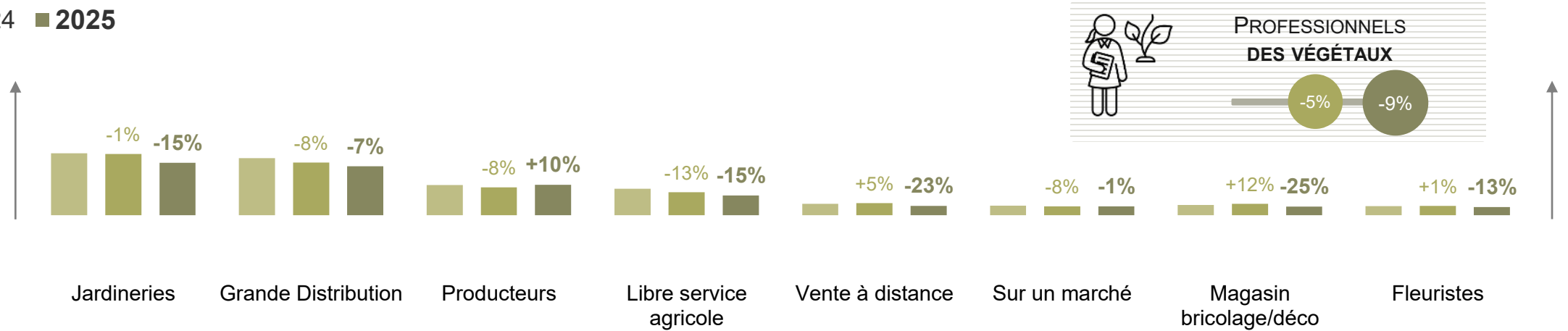


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT

La baisse du marché impacte presque tous les lieux d'achat, mis à part les producteurs qui progressent et récupèrent la baisse de l'année précédente, et les LISA qui résistent bien en valeur.

**Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : achats de végétaux d'extérieur d'ornement

-/+ x% : évolution vs année précédente

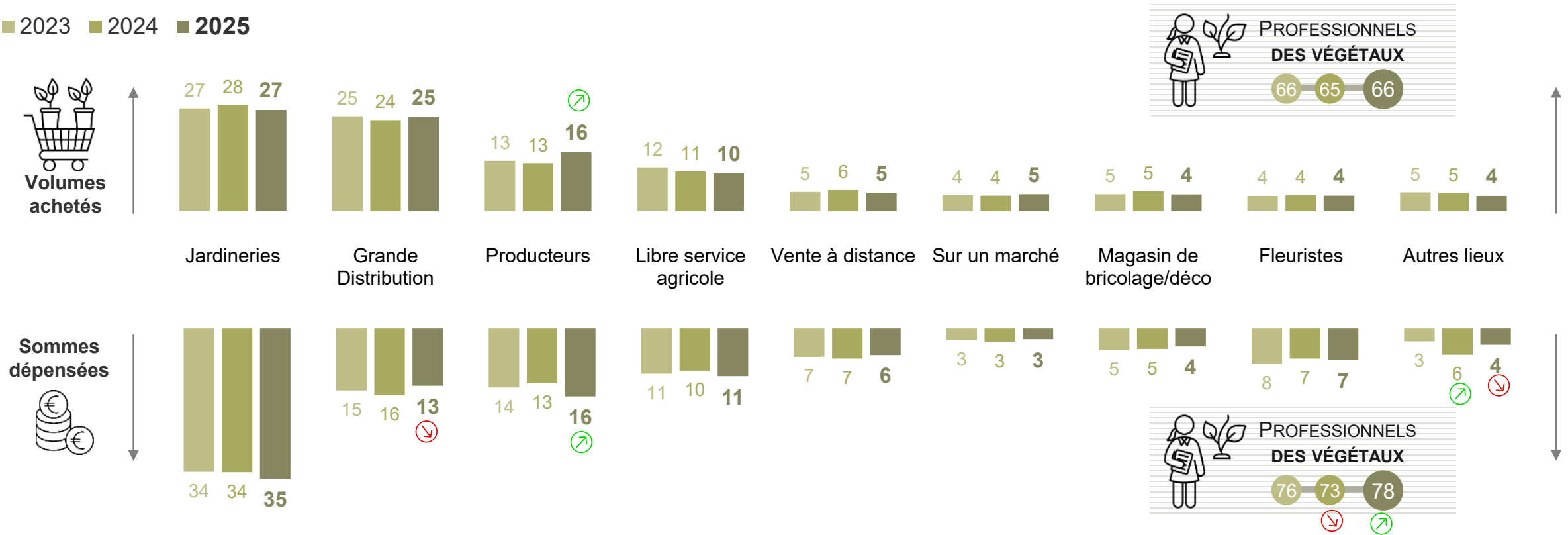


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
ORNEMENT

Les jardinerie restent en tête en parts de marché en volume et en valeur, devant la grande distribution, en difficulté en valeur et dépassée par les producteurs qui récupèrent des parts de marché grâce à leur bonne performance.

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

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : achats de végétaux d'extérieur d'ornement

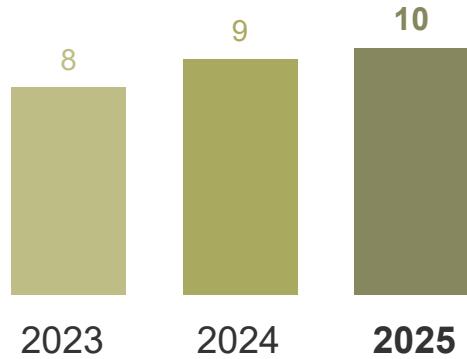
↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente



La part de foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement sur internet reste stable mais les achats sont légèrement en baisse, subissant la tendance globale du segment.

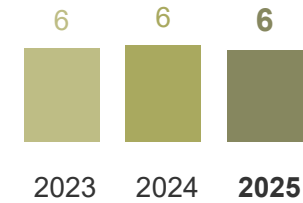
**Pénétration et part de marché des achats sur internet**

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

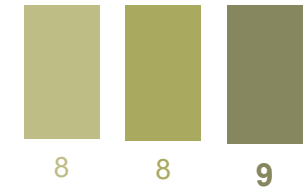


**% part de marché des achats sur internet**

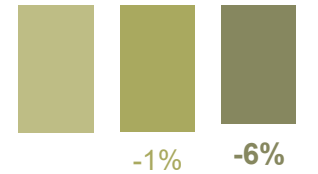
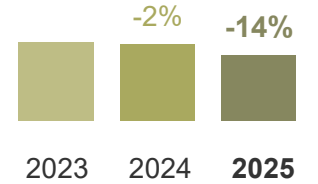
  
**Volumes achetés**



  
**Sommes dépensées**



**évolution des achats**



**Prix moyen par végétal acheté sur internet**



Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur d'ornement (2748)

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



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

2.3

Le segment des végétaux à destination du potager progresse en volume, mais continue de baisser en valeur.



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER



## 2.3

Le segment des végétaux à destination du potager progresse en volume, mais continue de baisser en valeur.

**27% des foyers** ont acheté au moins un végétal pour le potager en 2025, un taux **presque stable** par rapport à l'an dernier (-1pt), mais qui reste au plus bas niveau observé depuis de nombreuses années.

Cela correspond au niveau individu à 17% des Français, stable.

La quantité moyenne achetée par foyer progresse à nouveau (+2 végétaux), ce qui entraîne une nouvelle **hausse des volumes achetés** (+10%). En revanche, la baisse continue du nombre de foyers acheteurs, combinée à une nouvelle diminution du prix moyen par végétal (0,90€), conduit à un nouveau **recul du marché en valeur** (-7%), malgré une relative stabilité du budget moyen par foyer.

Malgré des pics saisonniers de moins en moins marqués, la grande majorité des achats de végétaux pour le potager reste concentrée **entre février et mai**, avec cette année, des progressions notables en volume en début d'été (juin et juillet). En valeur, le début (février) et la fin de saison (mai et juin) sont décevants, avec une reprise partielle au mois d'avril.

La **grande distribution** et les **jardineries** restent les lieux les plus fréquentés pour les achats de végétaux pour le potager, devant les LISA (libres-services agricoles) et les producteurs.

Toutefois, les LISA affichent cette année une performance particulièrement dynamique, gagnant des parts de marché au détriment des jardineries, en recul. En volume, les **LISA** prennent la première place, devant les jardineries, avec marchés en progression et la grande distribution est en baisse. En valeur, les **jardineries** conservent néanmoins la tête, devant les LISA. Les producteurs et la grande distribution se partagent la 3<sup>e</sup> et 4<sup>e</sup> place.

La dynamique des **végétaux bio** s'inscrit dans la tendance générale, avec une hausse en volume et une baisse en valeur. Les achats de bio représentent toujours 1 végétal sur 5 en déclaratif. Le prix moyen d'un végétal bio diminue et s'aligne désormais sur celui des végétaux non-bio, une évolution cohérente avec celle observée dans le secteur alimentaire dans son ensemble.

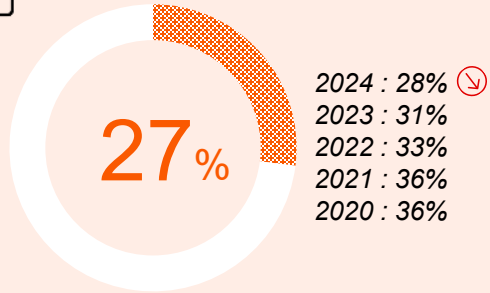


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

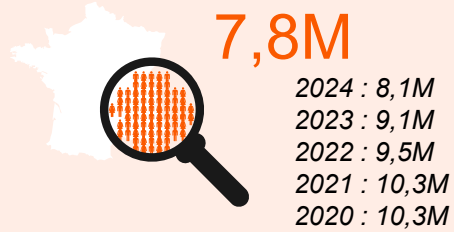
En 2025, 27% des foyers ont acheté au moins un végétal pour le potager (-1pt).  
Le segment progresse encore en volume, mais la diminution constante du nombre de foyers acheteurs continue de faire reculer le marché en valeur, malgré une stabilité du budget moyen.



### Taux de pénétration % des foyers en France



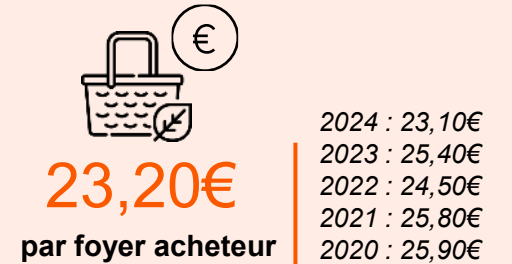
### Nombre de foyers en millions



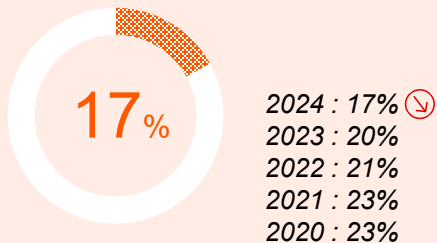
### Quantité moyenne en volume



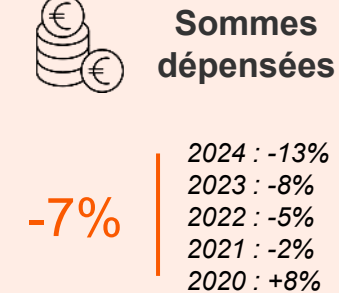
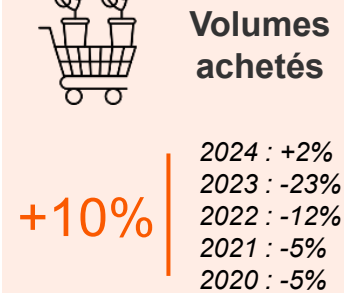
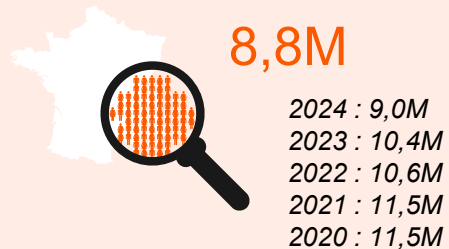
### Budget moyen en valeur



### Taux de pénétration % d'individus de 18 ans et plus



### Individus 18 ans et plus en millions



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 55 229 330 individus de 18 ans et plus en France

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

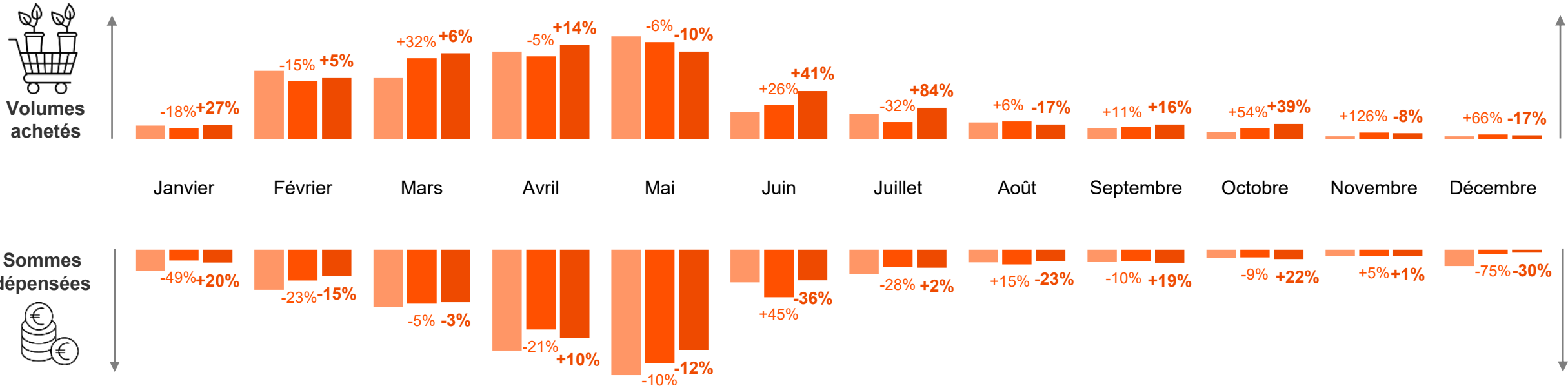


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

Les achats de végétaux pour le potager restent concentrés entre février et mai, avec en 2025 des progressions notables en volume en juin et juillet, alors que le mois crucial de mai s'avère particulièrement décevant.

**Quantités achetées et sommes dépensées par mois (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : achats de végétaux pour le potager

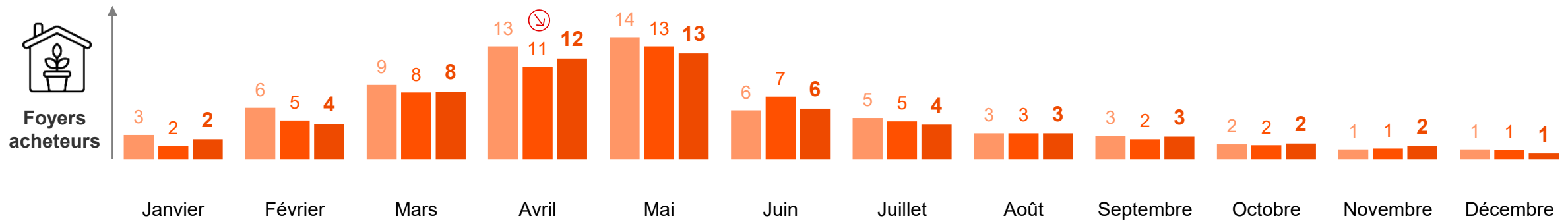
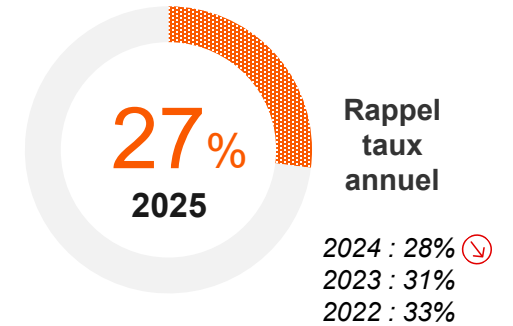


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

Le taux de foyers acheteurs par mois reste stable, après avoir déjà connu quelques baisses au printemps.

### Taux de foyers acheteurs de végétaux par mois

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inferieur à l'année précédente

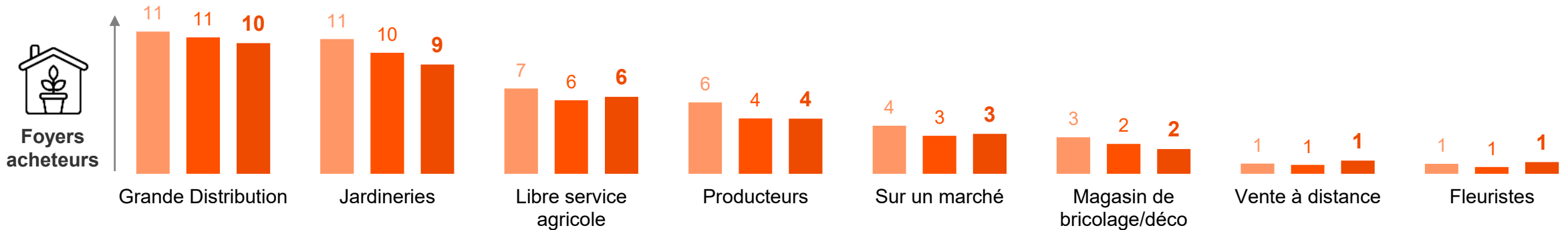


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

La grande distribution reste en tête en termes de fréquentation pour les achats de végétaux pour le potager, suivie de très près par les jardineries. Les producteurs restent derrière les libres-services agricoles.

### Pénétration des lieux d'achat

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

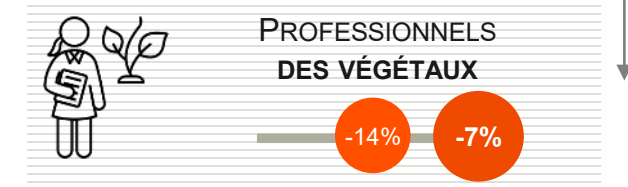
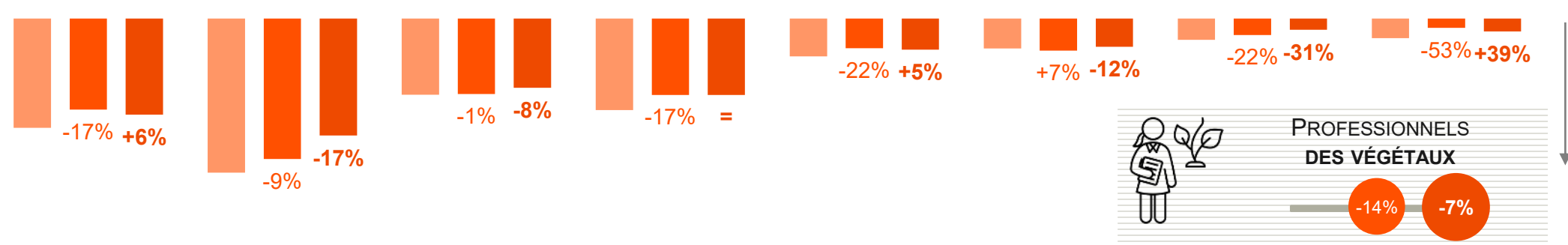
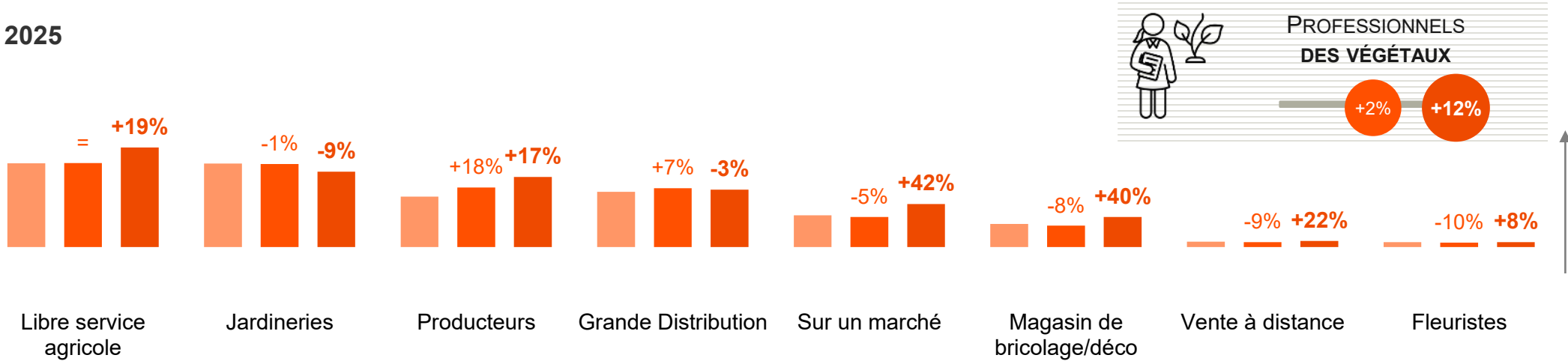


VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

Les évolutions du segment du potager sont inégales selon les lieux d'achat. Les LISA, les marchés et les fleuristes performant bien, la grande distribution reste stable, et les jardinerie affichent une décroissance.

**Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Base : achats de végétaux pour le potager

-/+ x% : évolution vs année précédente



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

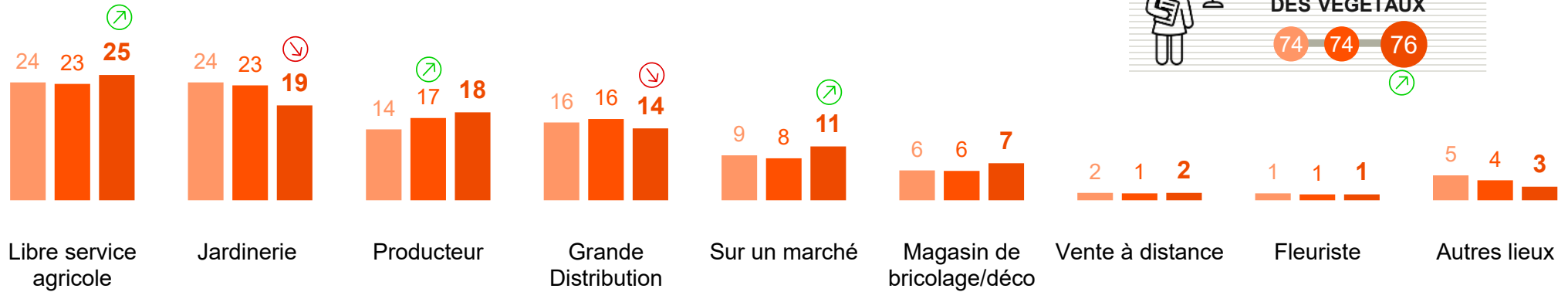
Les LISA gagnent des parts de marché en volume et en valeur, au détriment des jardinerie.  
En volume, les marchés progressent également, tandis que la grande distribution recule.

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

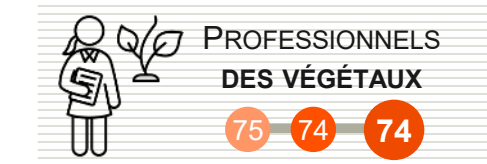
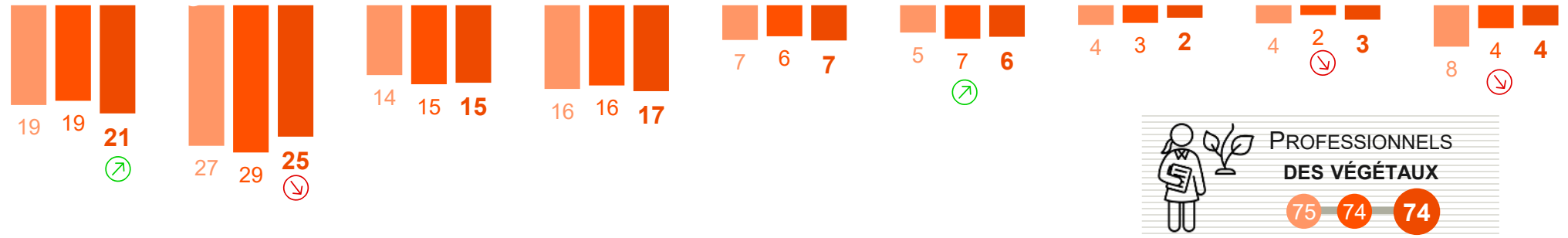
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Volumes  
achetés



Sommes  
dépensées



Base : achats de végétaux pour le potager

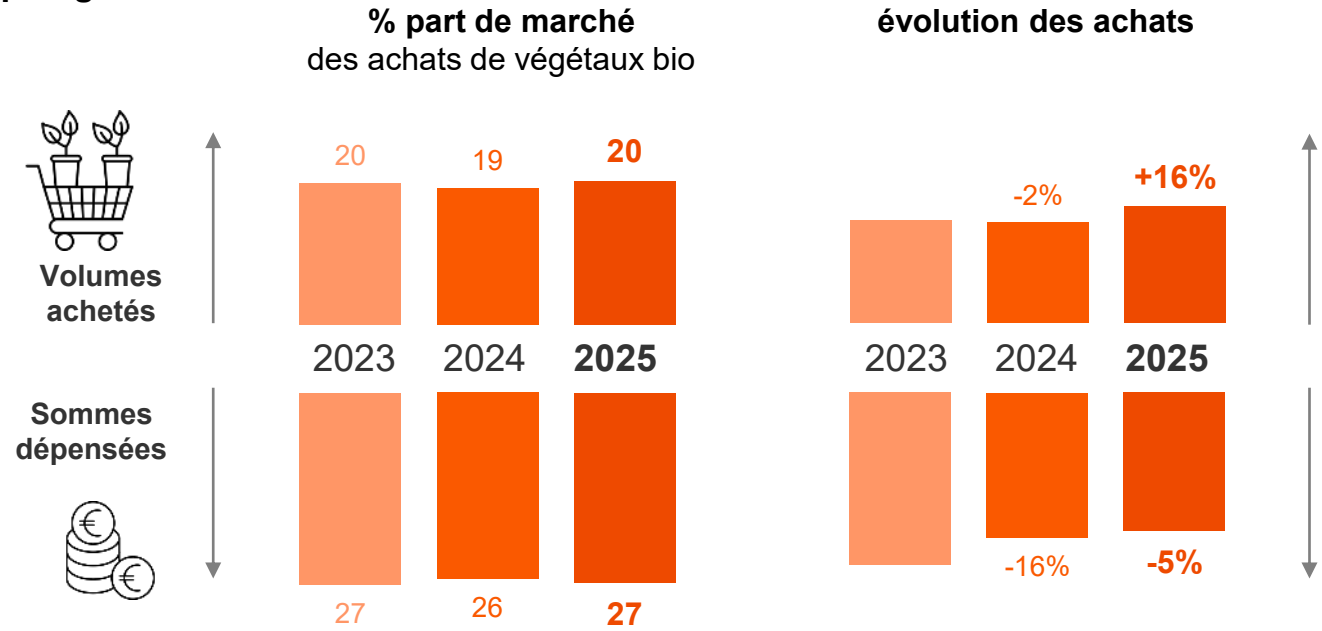
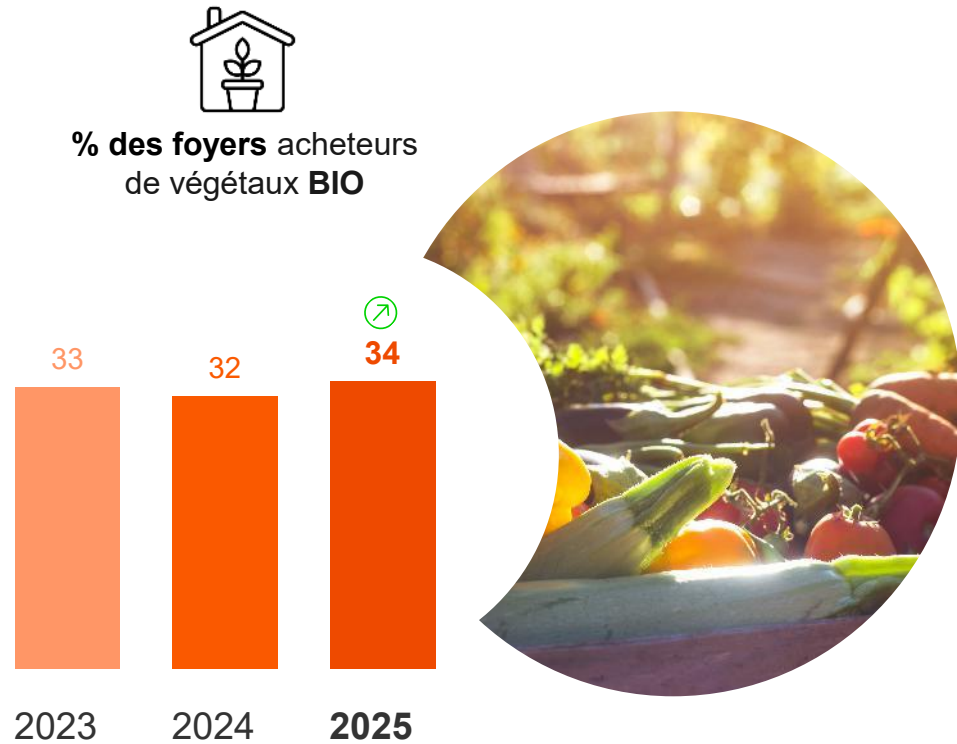
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX  
D'EXTÉRIEUR  
POTAGER

En déclaratif, 1 achat pour le potager sur 5 est bio, stable. Les tendances du segment se confirment, avec une augmentation en volume et une diminution en valeur, liée à une baisse continue du prix moyen, qui est désormais au même niveau que celui des végétaux non-bio.

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



**Prix moyen par végétal**

Année	Végétaux non-bio			Végétaux bio		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
	1,10€	1,00€	1,20€	1,70€	1,40€	1,20€

Base : foyers acheteurs de végétaux pour le potager (1859)

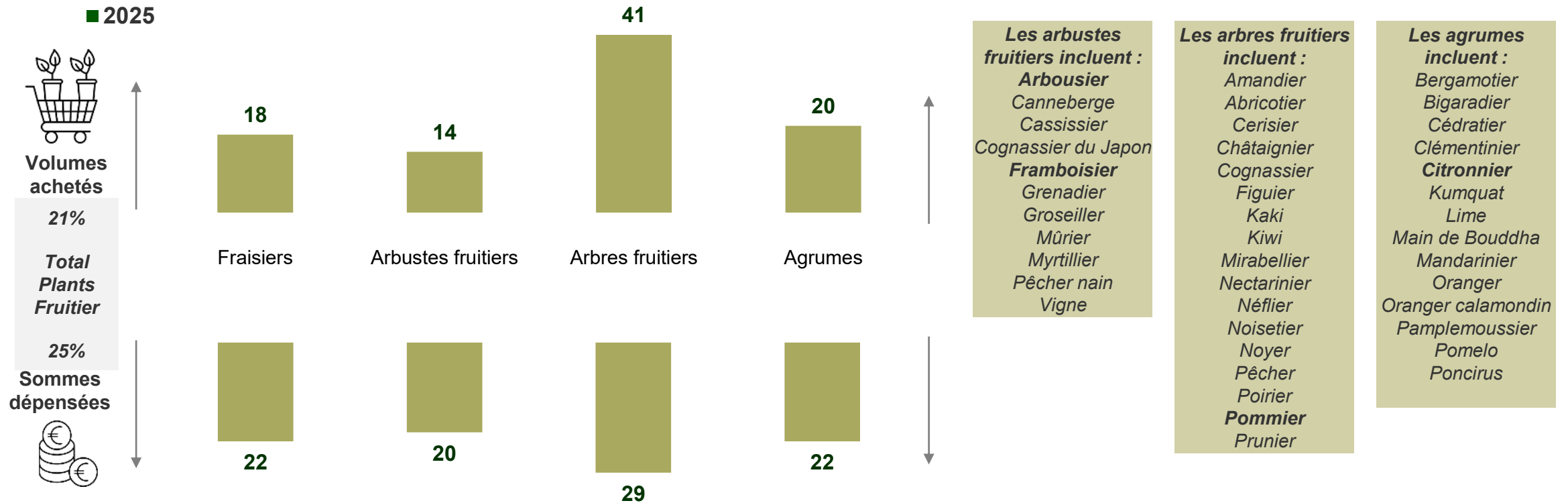
Base : achats de végétaux pour le potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



La proportion en déclaratif du bio dans les plants fruitiers se situe à un niveau très similaire à celui des végétaux pour le potager.

Part de marché du bio dans les plants fruitiers (en % volume et % valeur)



Base : achats de plants fruitiers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



VÉGÉTAUX  
POUR LE  
CIMETIÈRE

2.4

Le segment des végétaux pour le cimetière repart à la baisse, après une année de stabilité.



VÉGÉTAUX  
POUR LE  
CIMETIÈRE



# 2.4

Le segment des végétaux pour le cimetière repart à la baisse, après une année de stabilité.

**25% des foyers** ont acheté un **végétal pour le cimetière**, un niveau stable après la baisse observée en 2023, mais qui demeure au plus bas depuis de nombreuses années. Cela représente 15% des individus, également stable.

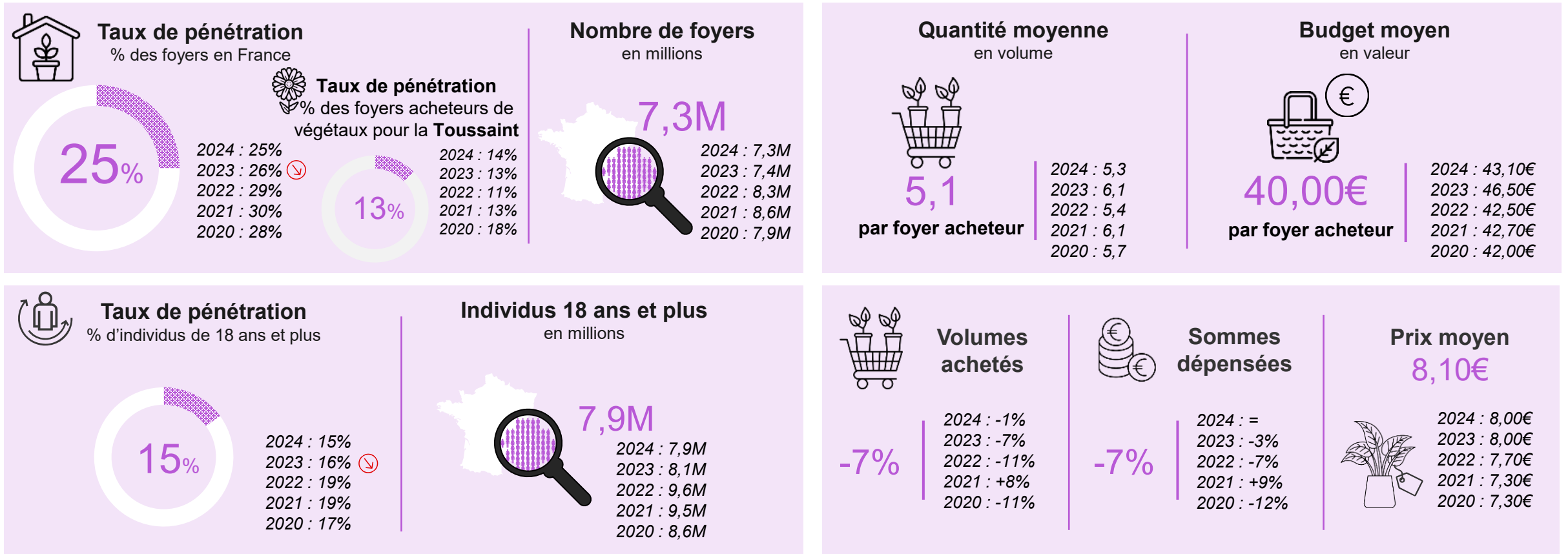
Après une année constante, les achats **repartent à la baisse**, tant en volume (-7%) qu'en valeur (-7%), à cause d'une diminution du budget moyen consacré par foyer. Le prix moyen par végétal reste quant à lui stable à environ 8€.

Le marché demeure fortement concentré sur le **4<sup>e</sup> trimestre**, en particulier autour de la **Toussaint**, aussi bien en volume qu'en valeur. La baisse en volume se concentre principalement sur le 1<sup>er</sup> trimestre, tandis que le recul en valeur est plus diffus sur l'ensemble de l'année. Les achats à l'occasion de la Toussaint reculent à nouveau, en cohérence avec la tendance globale du marché.

Malgré ce contexte baissier, les **jardineries** affichent une dynamique positive et gagnent des parts de marché, en volume comme en valeur, tandis que la grande distribution et les fleuristes reculent.

La **grande distribution** reste néanmoins le premier circuit en volume, malgré une perte de parts au profit des jardineries et des producteurs, également en progression. En valeur, les **fleuristes** conservent leur leadership, mais sont désormais fortement challengés par les jardineries.

En 2025, 25% des foyers ont acheté au moins un végétal pour le cimetière, une proportion stable. Le segment revient à la baisse en volume et en valeur, à cause d'une flexion du budget moyen consacré. Le prix moyen par végétal demeure constant.



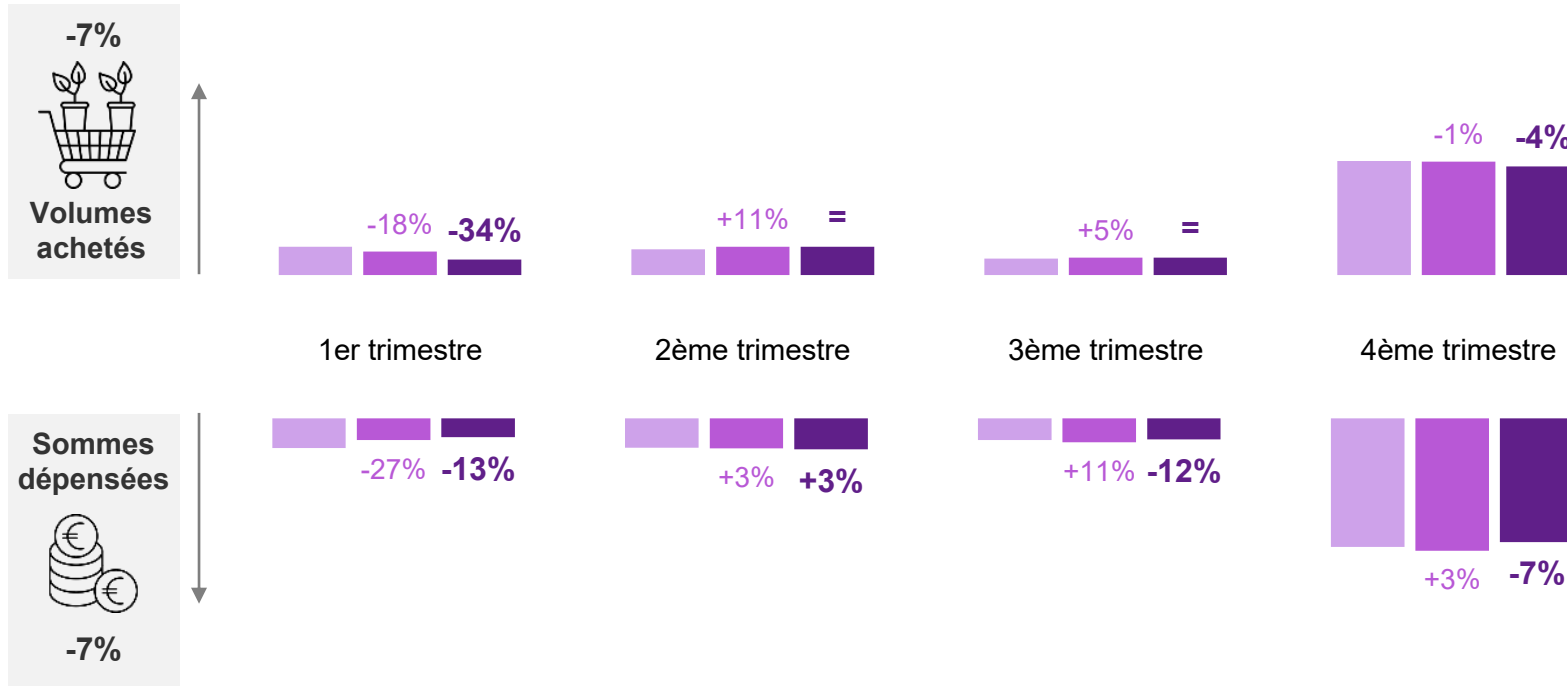
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
 Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

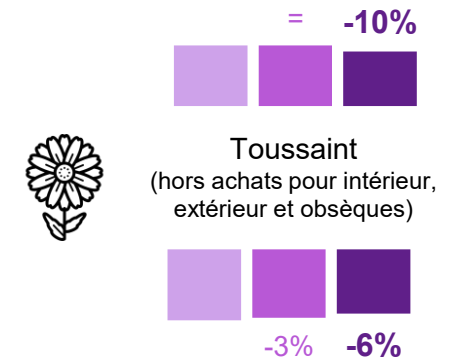
Près de deux tiers des achats de végétaux pour le cimetière en volume et en valeur ont lieu au 4<sup>ème</sup> trimestre, environ un tiers à l'occasion de la Toussaint. La baisse du marché en volume a lieu au 1<sup>er</sup> trimestre, et aussi à la Toussaint. La baisse en valeur est plus répartie sur l'année.

**Evolution des volumes et sommes dépensées par trimestre (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



	30 oct	31 oct	1 nov	2 nov
2023	Lu	Ma	Me	Je
2024	Me	Je	Ve	Sa
2025	Je	Ve	Sa	Di



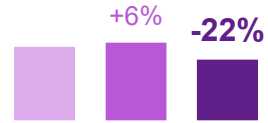
Base : achats de végétaux à destination du cimetière

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les évolutions varient selon le lieu d'achat : les jardineries connaissent une croissance notable, tandis que la grande distribution et les fleuristes enregistrent des reculs. Les producteurs voient leurs volumes progresser, sans que cela se traduise par une hausse en valeur.

**Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (évolutions)**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



Grande Distribution



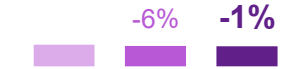
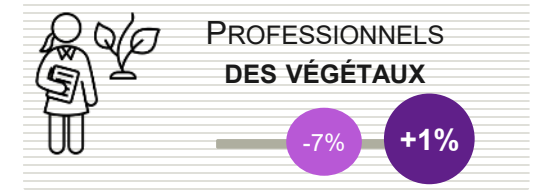
Jardineries



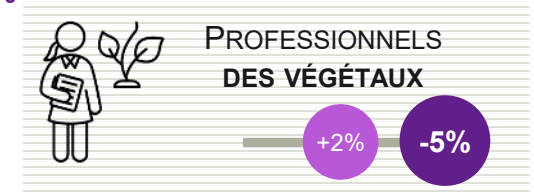
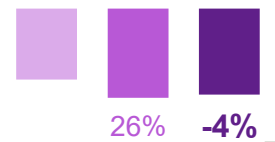
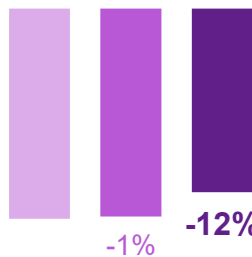
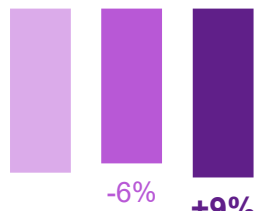
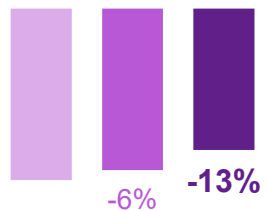
Fleuristes



Producteurs



Libre service agricole



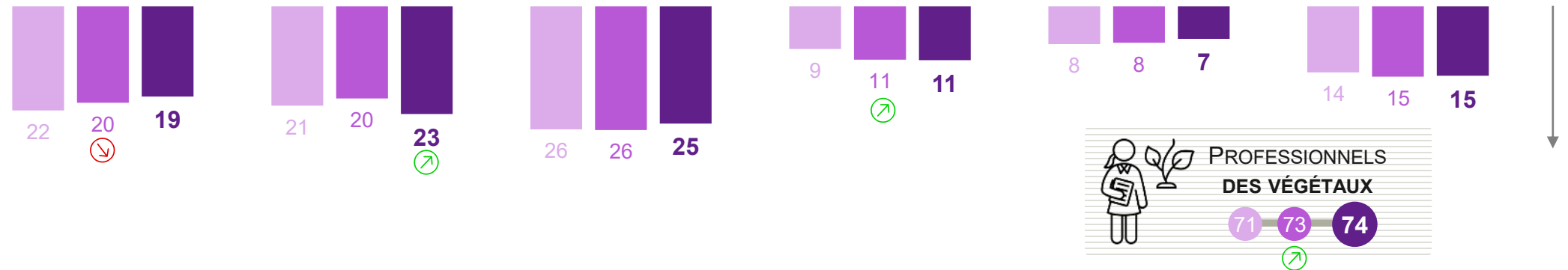
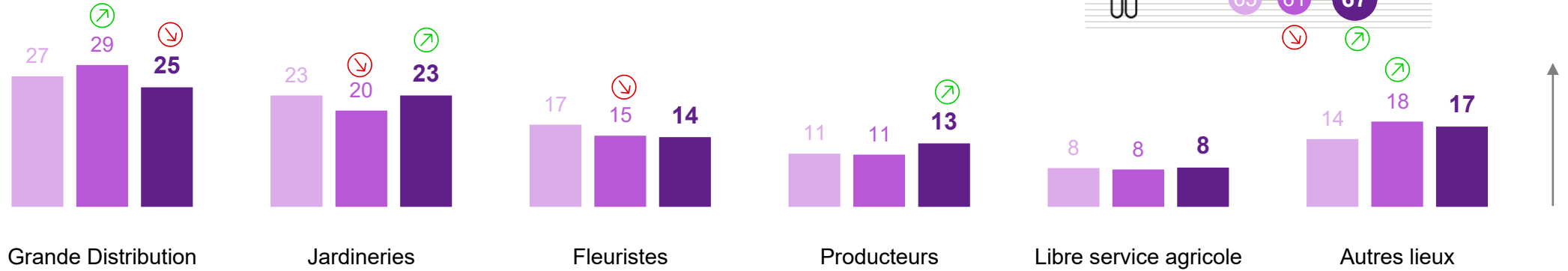
Base : achats de végétaux à destination du cimetière

-/+ x% : évolution vs année précédente

Les jardinerie augmentent leur part de marché et se rapprochent des leaders, la grande distribution en volume et les fleuristes en valeur. Les producteurs enregistrent aussi une augmentation de la part de marché en volume.

**Part de marché volume et valeur des lieux d'achat**

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Base : achats de végétaux à destination du cimetière



VÉGÉTAUX  
POUR LES  
OBSÈQUES

2.5

Le segment des végétaux pour les obsèques affiche un repli marqué, lié à la baisse inédite du nombre de foyers acheteurs.



VÉGÉTAUX  
POUR LES  
OBSÈQUES

# 2.5

Le segment des végétaux pour les obsèques affiche un repli marqué, lié à la baisse inédite du nombre de foyers acheteurs.

**7% des foyers** ont réalisé un achat de végétaux pour les obsèques, un taux en baisse pour la première fois depuis de nombreuses années. Cela représente 4% des individus, également en recul.

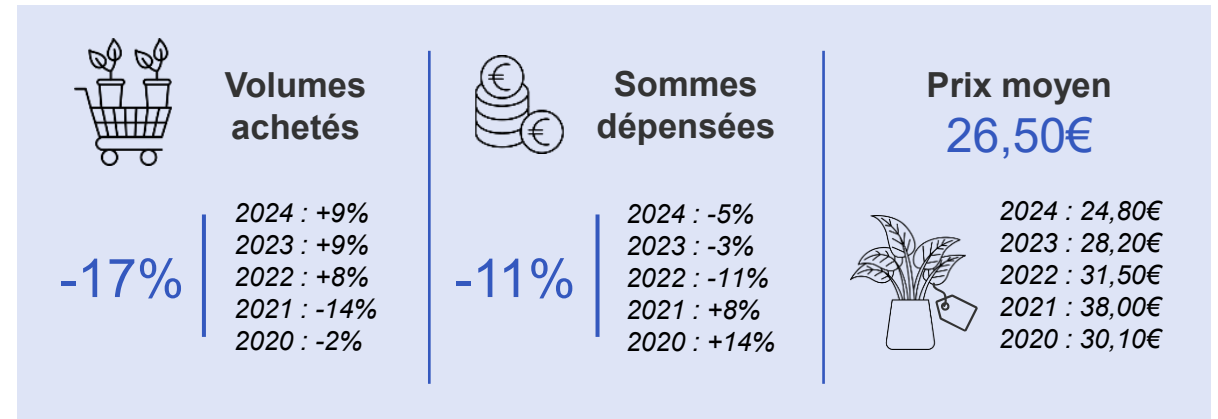
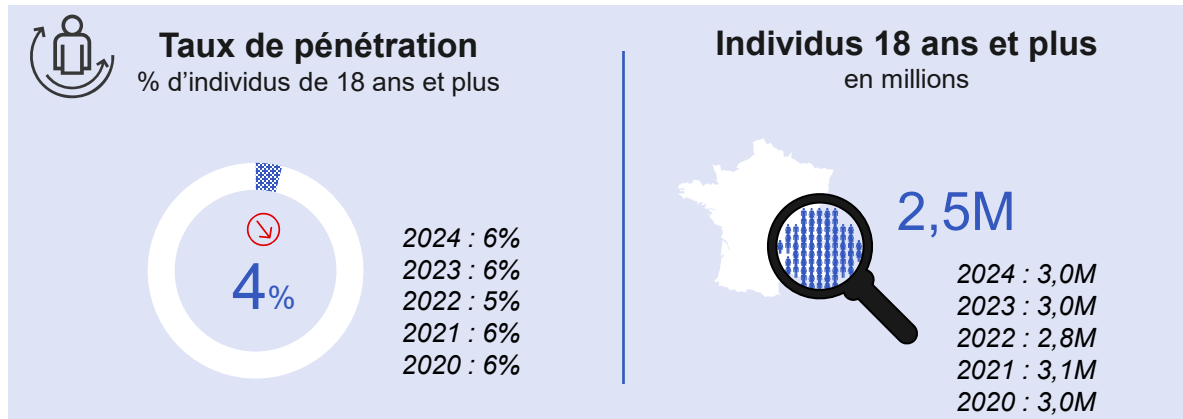
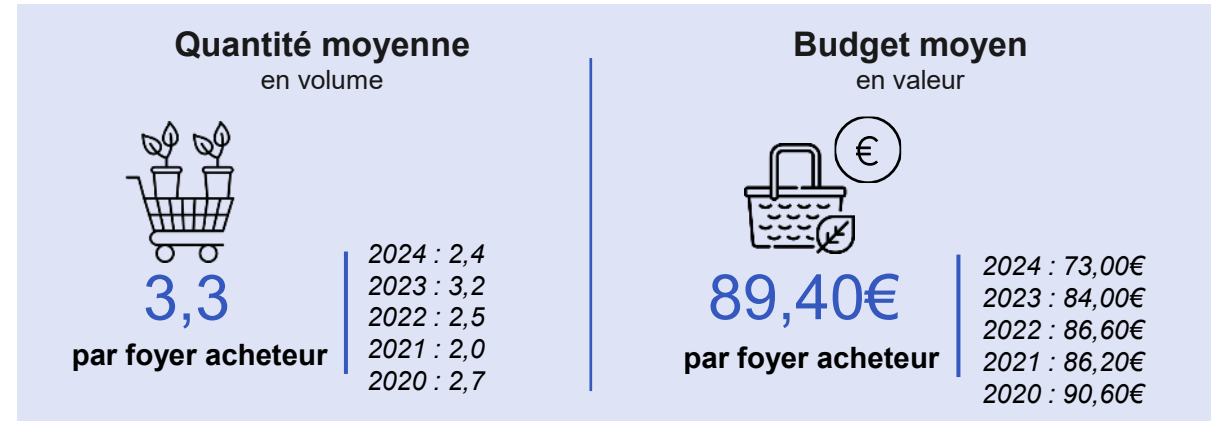
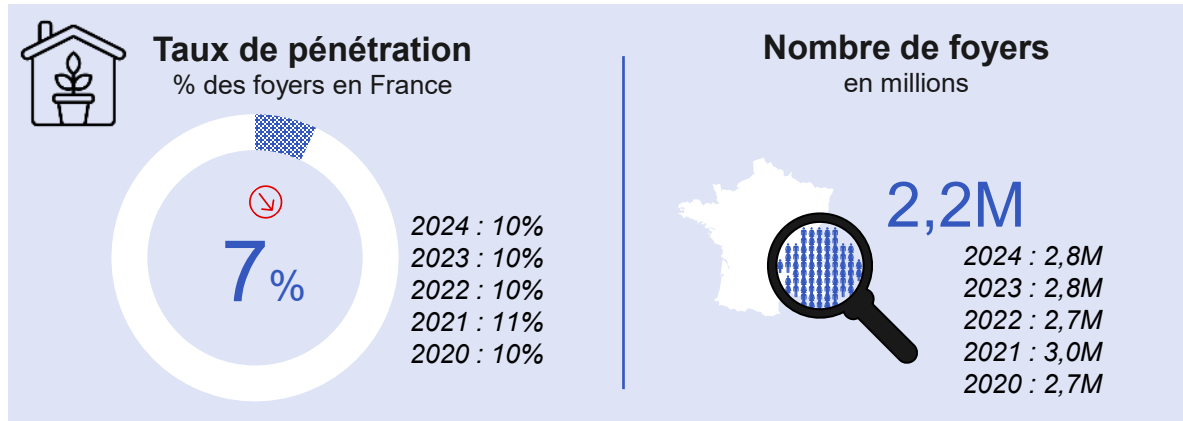
Malgré une hausse marquée de la quantité moyenne et du budget moyen par foyer, le segment est significativement **impacté à la baisse**, tant en volume (-17 %) qu'en valeur (-11 %). Le prix moyen par végétal reste toutefois relativement stable à 26,50€.

Les **fleuristes**, de loin le premier acteur de ce segment, en volume comme en valeur, regagnent une partie des parts de marché en volume perdues l'an dernier. Les **jardineries** progressent également, en volume et en valeur, au détriment de la **vente à distance** et de la **grande distribution**, toutes deux en recul.





En 2025, 7% des foyers ont acheté au moins un végétal pour les obsèques, en baisse pour la première fois. Malgré une hausse importante de la quantité moyenne et du budget moyen, le segment est significativement impacté en volume et valeur.



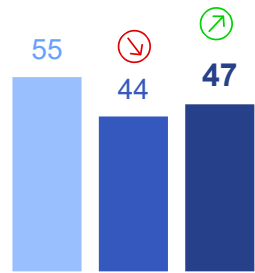
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers. En 2025, 29 227 679 foyers et 52 374 719 individus de 18 ans et plus en France

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

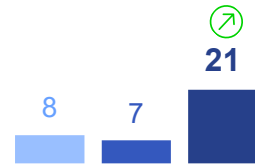
Les fleuristes maintiennent leur position dominante sur le segment, et remontent en volume cette année. Les jardinerias sont en hausse en volume et en valeur, au détriment de la vente à distance et de la grande distribution.

**Part de marché volume et valeur des lieux d'achat**

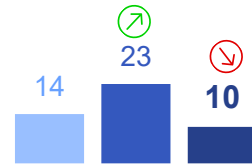
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



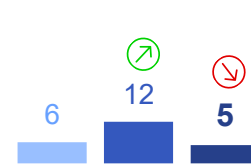
Fleuristes



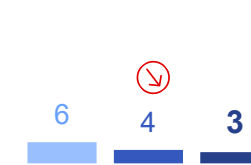
Jardinerias



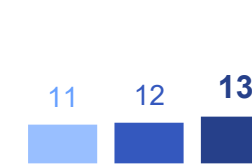
Vente à distance



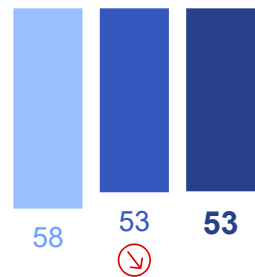
Grande Distribution



Producteurs



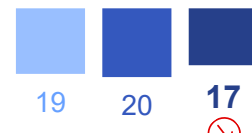
Autres lieux



Fleuristes



Jardinerias



Vente à distance



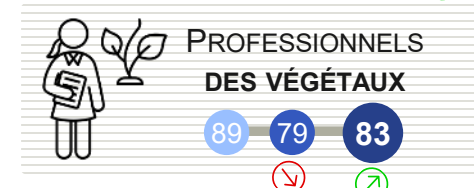
Grande Distribution



Producteurs



Autres lieux



Base : achats de végétaux pour les obsèques

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



CIRCUIT D'ACHAT

3

**Les achats  
dans les  
principaux  
lieux**



JARDINERIES

3.1

Les jardineries perdent des volumes, mais limitent la baisse en valeur en s'appuyant sur une meilleure valorisation des achats.



JARDINERIES



# 3.1

## Les jardineries perdent des volumes, mais limitent la baisse en valeur en s'appuyant sur une meilleure valorisation des achats.

En 2025, **27% des foyers** français ont acheté au moins un végétal en **jardinerie**, un taux en léger recul (-1 pt). Les jardineries constituent le deuxième lieu d'achat le plus fréquenté, derrière la grande distribution, et se situent au même niveau que les fleuristes.

Les foyers achètent en moyenne **11 végétaux** par an (-1), pour un budget annuel moyen d'environ **60€**. Ce niveau de dépense reste relativement élevé et en progression (+3 €), dépassé uniquement par la vente à distance et les fleuristes, où les végétaux d'intérieur occupent une place importante.

En effet, le montant moyen dépensé pour un végétal s'élève à environ **5,10€**, en légère hausse et proche du niveau moyen (5€).

Le profil des acheteurs est plutôt **féminin** (63%), avec une majorité de **seniors** (58% de 55 ans et plus) et une part importante d'**inactifs** (44%), suivis par les **PCS+** (33%).

Globalement les achats **baissent en volume** (-9%), après la relative stabilité de l'an dernier. Les achats sont également en léger **repli en valeur** (-4%), après deux années de stabilité.

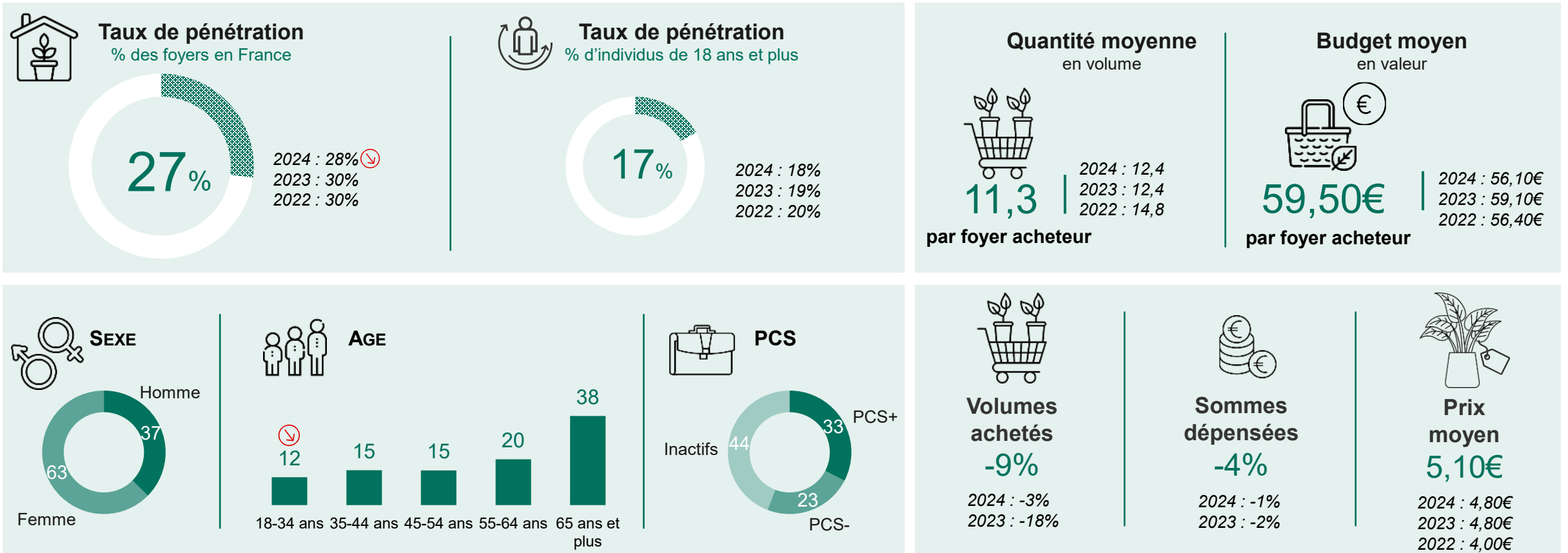
En termes de **saisonnalité**, une partie importante des achats en jardinerie se concentre sur le 2<sup>ème</sup> trimestre, qui pourtant revient à la baisse.

Les jardineries détiennent une **part de marché** importante en volume (21%), et partagent le premier rang avec la grande distribution, malgré une baisse de -2pts. La part de marché des jardineries est également élevée et stable en valeur (22%), devancées seulement par les fleuristes.

Malgré des évolutions à la baisse, les jardineries bénéficient d'une plus grande part de marché dans les segments des **végétaux d'extérieur** d'ornement et pour le potager et sont donc moins présentes dans le segment de l'intérieur.

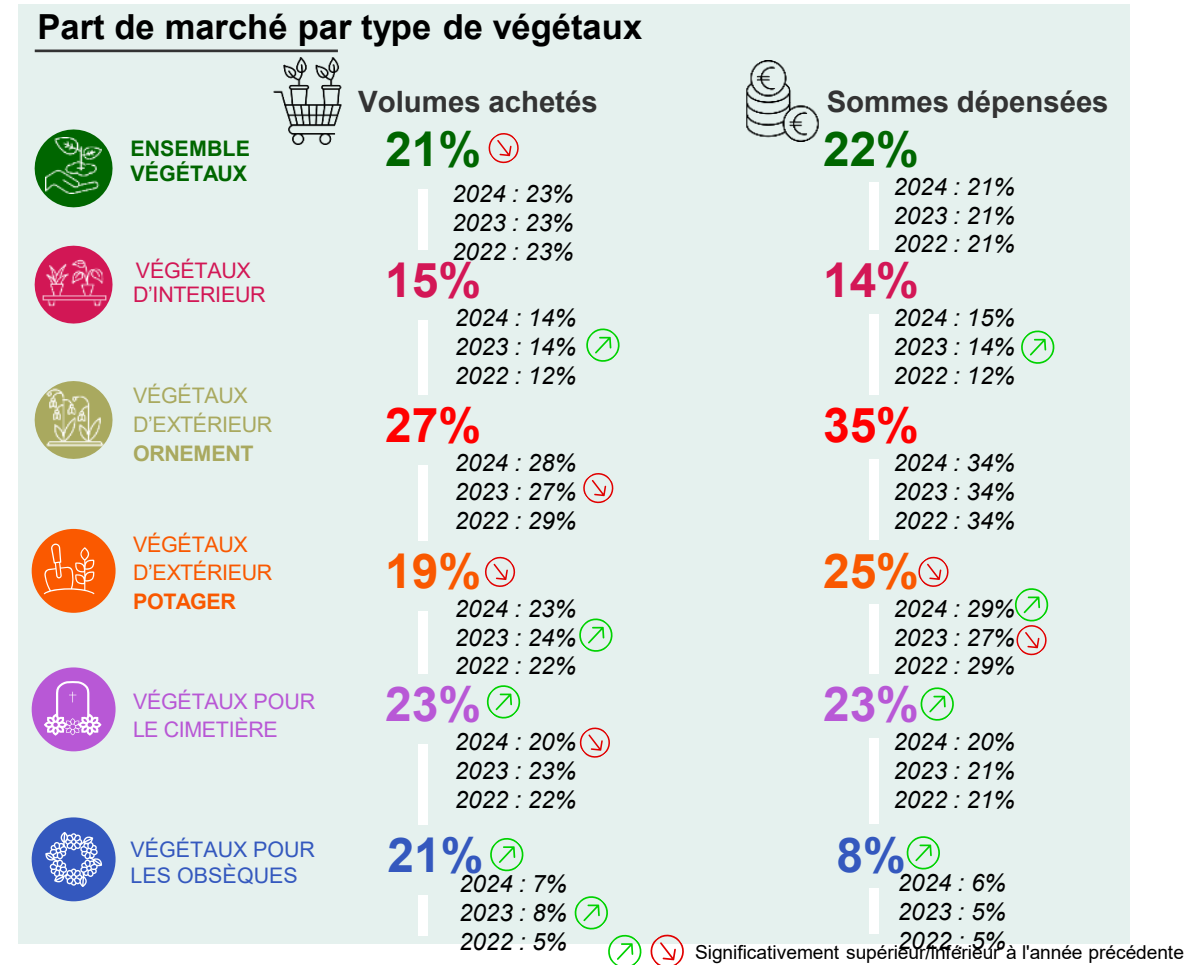
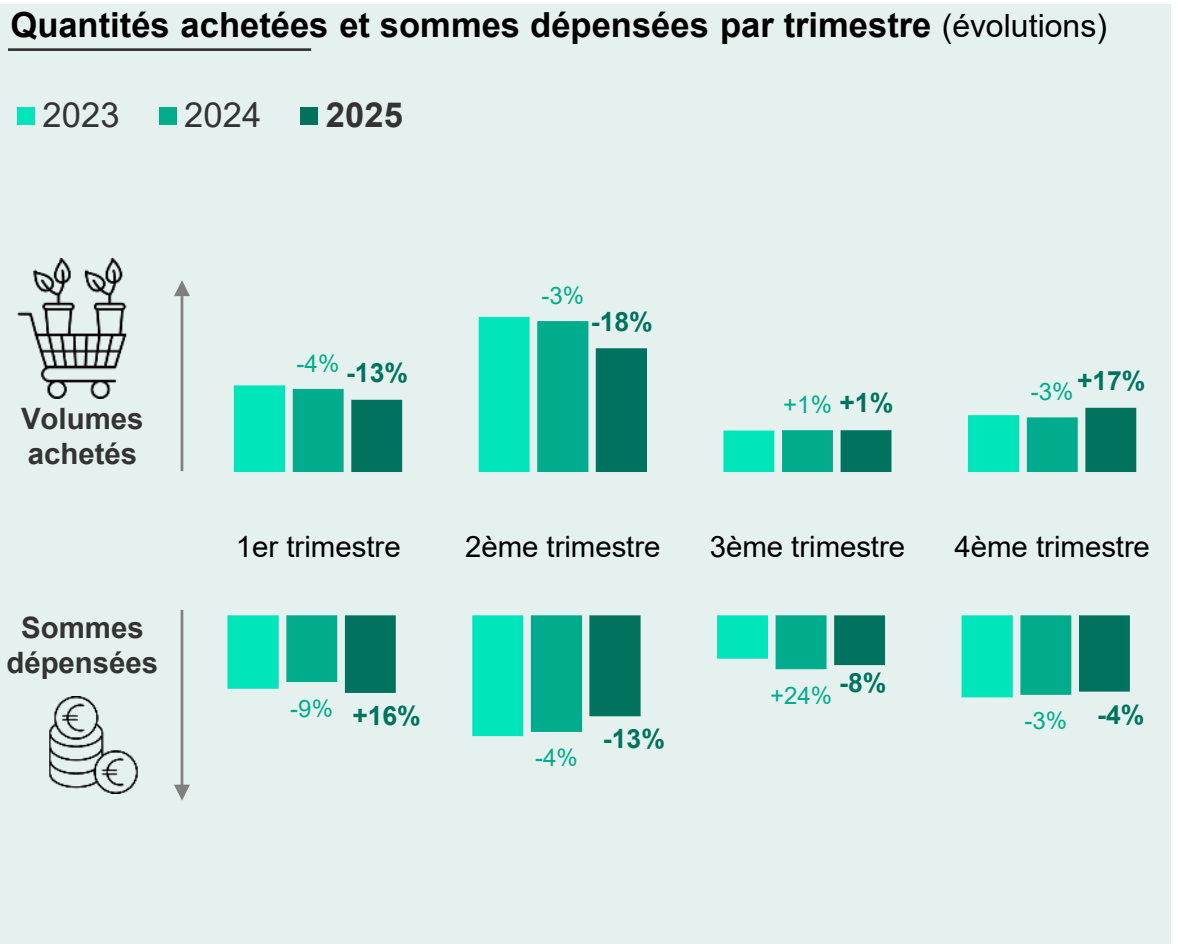
En effet en volume, les végétaux d'extérieur d'ornement (38%) et pour le potager (41%) représentent la grande majorité des achats en jardinerie. Toutefois, en valeur, les végétaux d'extérieur d'ornement représentent la moitié des achats (47%), suivis par les végétaux d'intérieur (26%). Les segments du cimetière et des obsèques affichent une bonne progression cette année.

En 2025, 27% des foyers français ont acheté au moins un végétal en jardinerie (-1pt). Ils achètent en moyenne 11 végétaux par an pour un budget de 60€. Les achats baissent en volume, mais résistent mieux en valeur, grâce à un prix moyen en légère hausse.



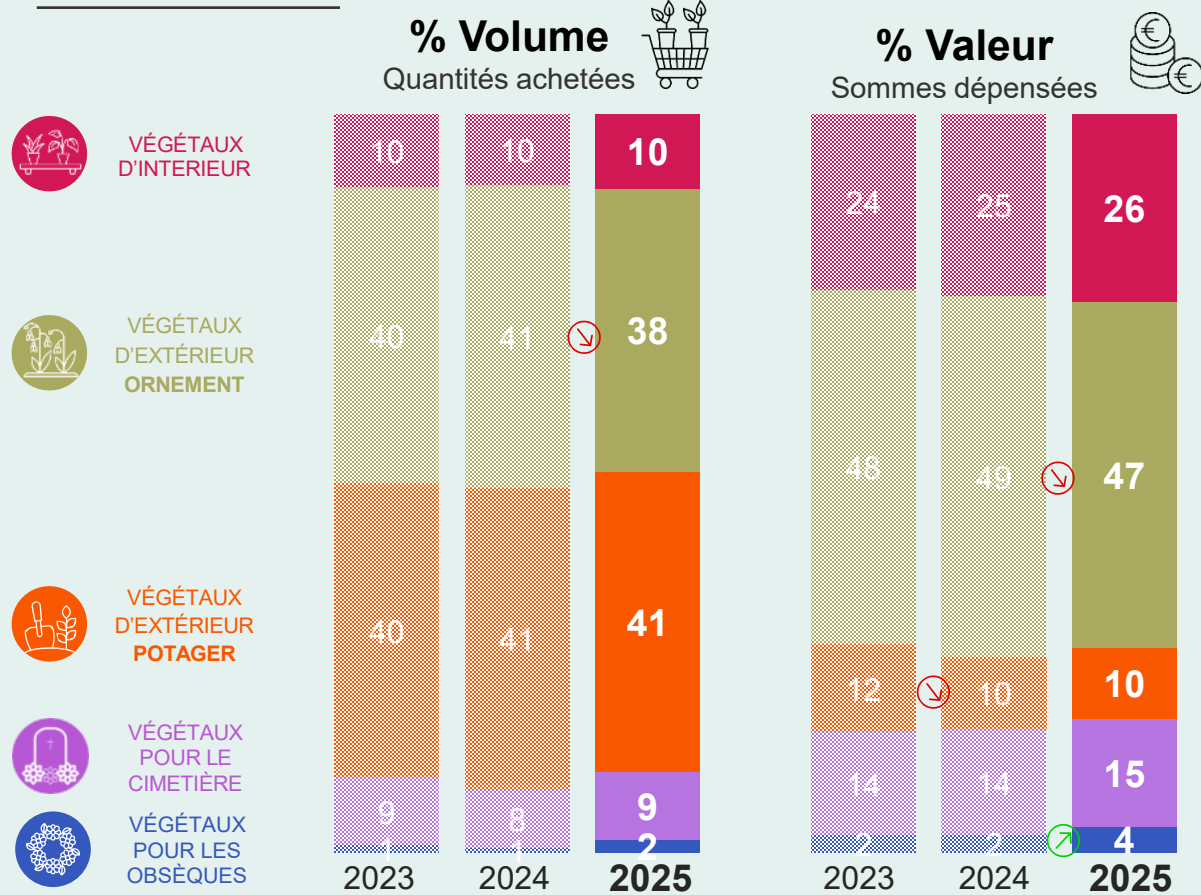
  Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

Les achats en jardinerie affichent toujours un pic sur le 2<sup>e</sup> trimestre, malgré une baisse continue. Les jardineries bénéficient d'une plus grande part de marché dans l'extérieur, même si le potager diminue, et profitent d'une progression sur le cimetière et les obsèques.

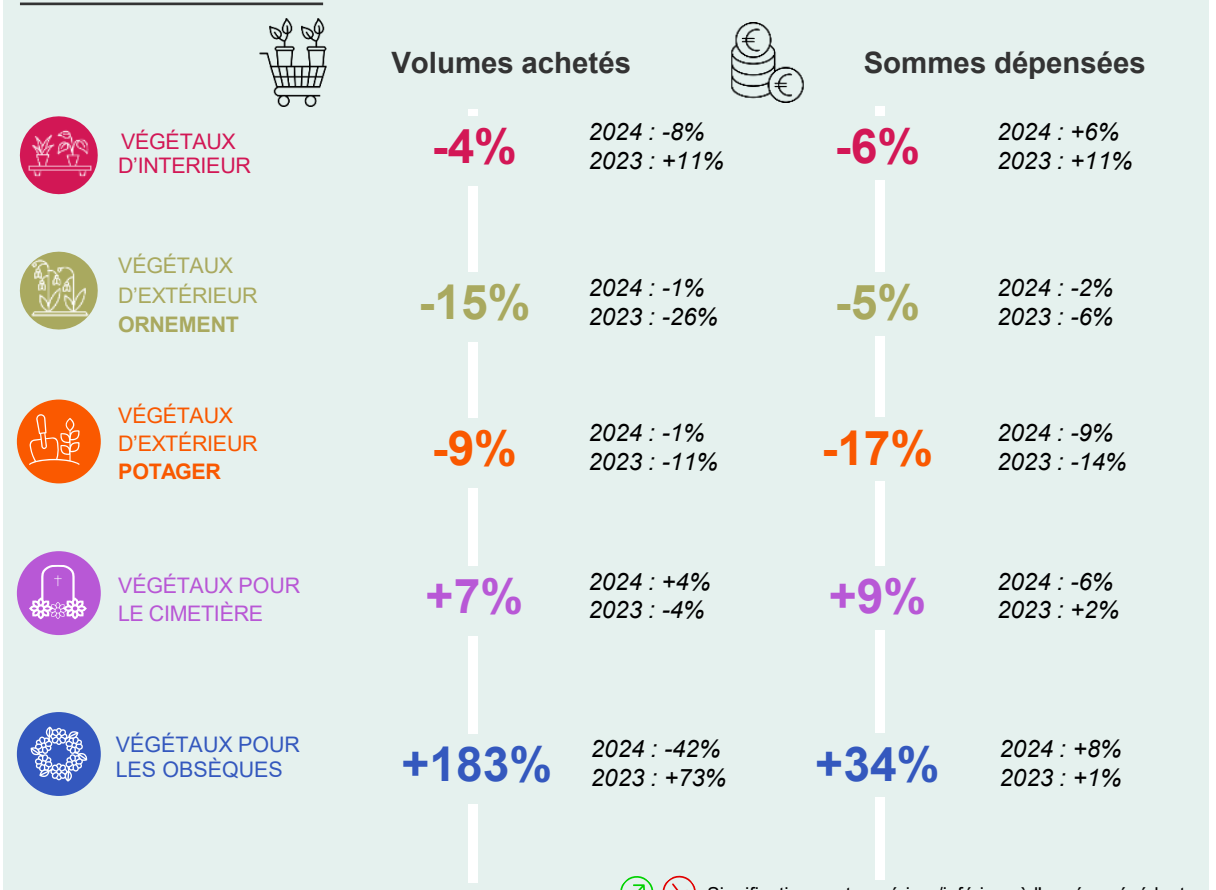


En volume, les végétaux d'extérieur d'ornement et pour le potager représentent la grande majorité des achats en jardinerie. En valeur, les végétaux d'extérieur d'ornement représentent la moitié des achats, suivis par les végétaux d'intérieur.

### Poids des différents marchés



### Volume et valeur des différents marchés (en évolution)



Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



FLEURISTES

## 3.2

Les fleuristes continuent de baisser, pénalisés par une tendance décroissante du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget moyen stable.



FLEURISTES



## 3.2

Les fleuristes continuent de baisser, pénalisés par une tendance décroissante du nombre de foyers acheteurs, malgré un budget moyen stable.

En 2025, **27% des foyers** français ont acheté au moins un végétal chez les fleuristes, taux en légère baisse de -1pt. Il s'agit du deuxième lieu le plus fréquenté, derrière la grande distribution et au même niveau que les jardinerie.

Les foyers achètent en moyenne entre **4 et 5** végétaux par an pour un budget moyen annuel d'environ **75€**. Il s'agit d'un montant stable et le plus élevé du marché.

En effet, le montant moyen dépensé pour un végétal s'élève à environ **17€**, stable et bien au-dessus du niveau moyen (5€).

Le profil des acheteurs est plutôt **féminin** (62%), avec une majorité de **seniors** (55% de 55 ans et plus) et une part importante d'**inactifs** (41%), suivis par les **PCS+** (37%).

Malgré de bons indicateurs, la tendance décroissante du nombre de foyers acheteurs fait que globalement les **achats restent toujours en baisse**, mais de façon moins marquée : -6% en volume et -4% en valeur.

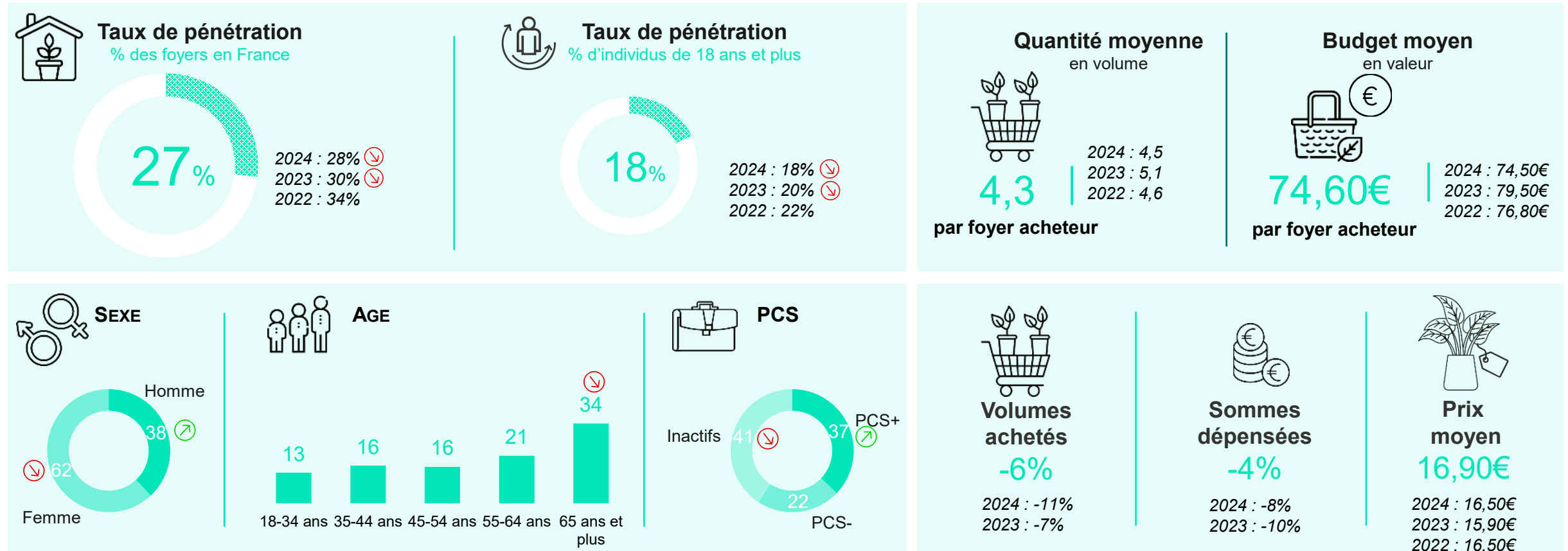
En termes de **saisonnalité**, les achats chez les fleuristes restent relativement bien répartis tout au long de l'année, avec une reprise en volume sur le 4<sup>ème</sup> trimestre. Les parts des achats pour **offrir** et pour les **fêtes calendaires** sont plus importantes chez les fleuristes, par rapport aux autres lieux.

Les fleuristes maintiennent leur **part de marché**. Ils occupent une position limitée en volume (8%), loin derrière la grande distribution et les jardinerie, mais sont nettement plus présents en valeur, avec 27% de part de marché, devant tous les autres lieux d'achat.

Ils bénéficient d'une plus grande part de marché dans les segments des végétaux **d'intérieur** (en hausse en valeur), du **cimetière** et des **obsèques** (plus en difficulté), et sont très peu présents dans les segments de l'extérieur.

En effet, les végétaux d'intérieur représentent la majorité des achats chez les fleuristes, en volume (52%) comme en valeur (60%). Les végétaux pour les obsèques, représentant une part restreinte du marché des végétaux, comptent pour 10% en volume et 18% en valeur chez les fleuristes.

En 2025, 27% des foyers français ont acheté au moins un végétal chez les fleuristes (-1pt).  
 Ils achètent en moyenne un peu plus de 4 végétaux par an pour un budget de 75€.  
 Les achats continuent de baisser en volume et en valeur, mais de manière moins prononcée.

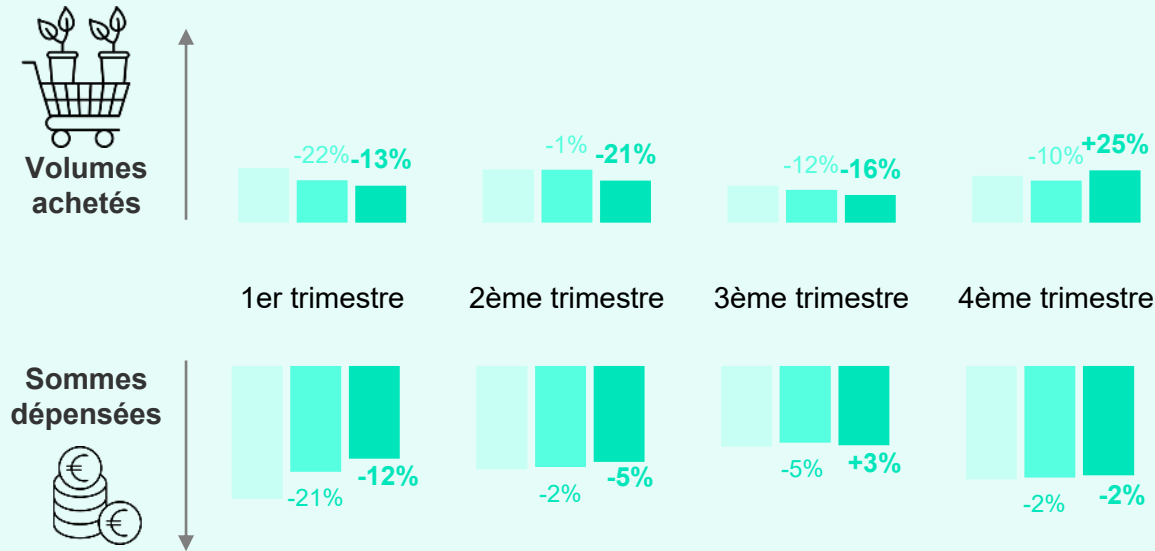


↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

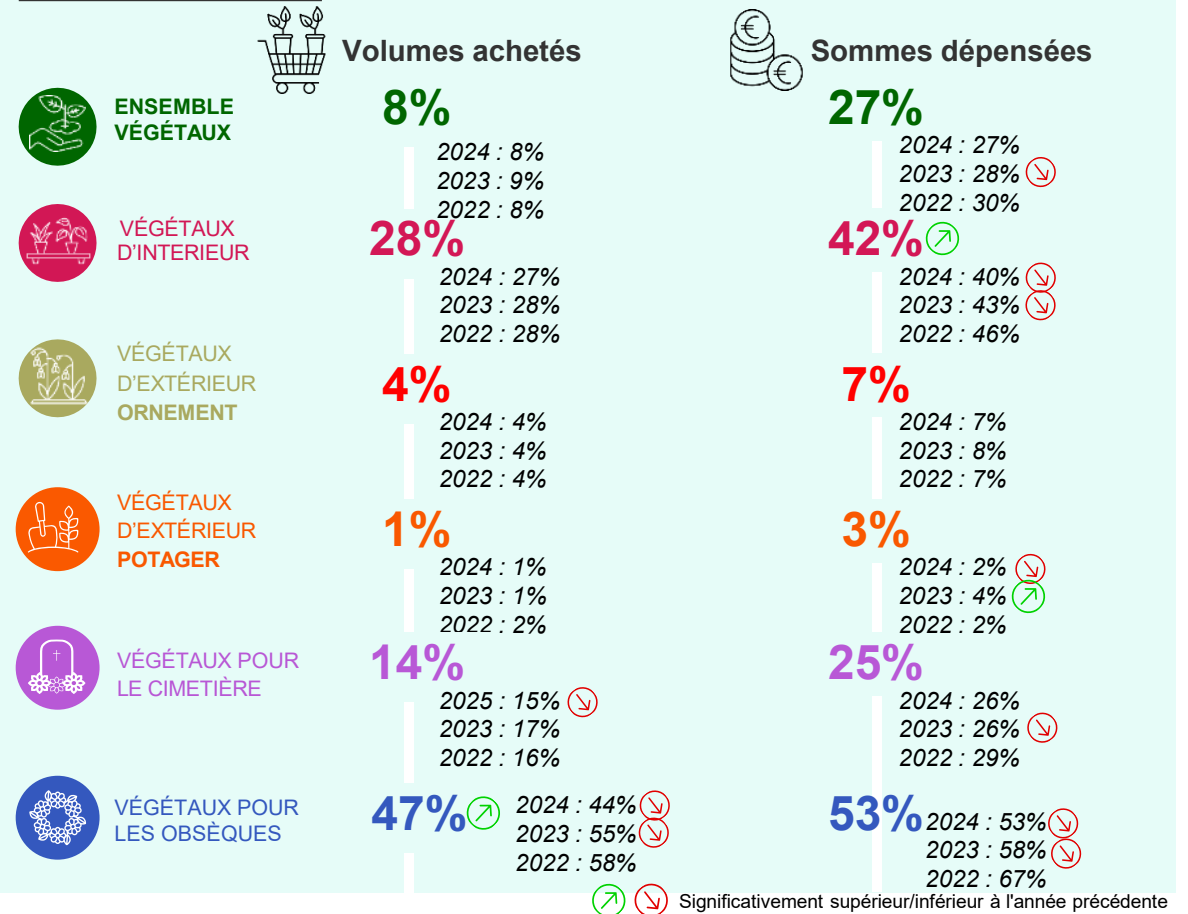
Les achats chez les fleuristes sont assez répartis tout au long de l'année, avec une reprise en volume sur le 4<sup>e</sup> trimestre. Les fleuristes bénéficient de parts de marché importantes et en hausse dans les segments des végétaux pour les obsèques et d'intérieur.

### Quantités achetées et sommes dépensées par trimestre (évolutions)

2023 2024 2025

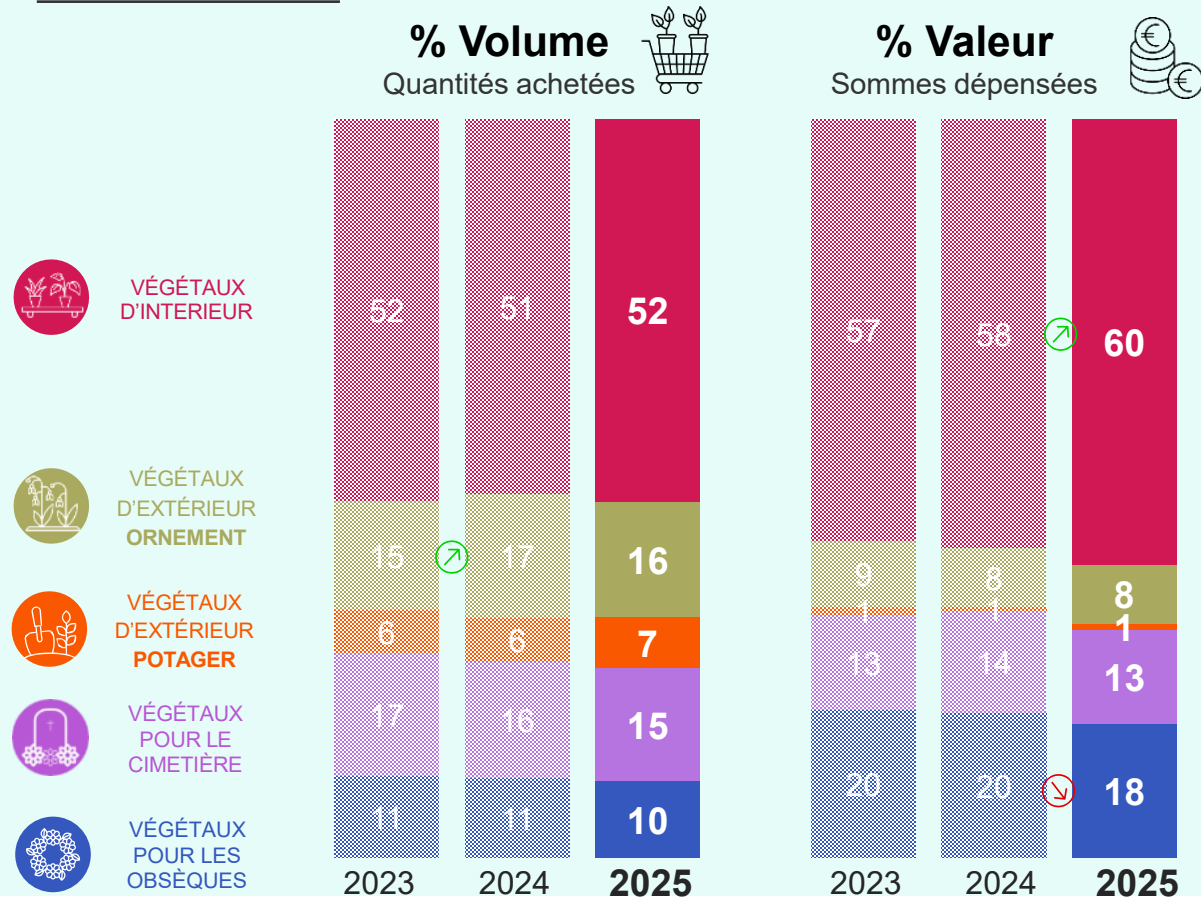


### Part de marché par type de végétaux

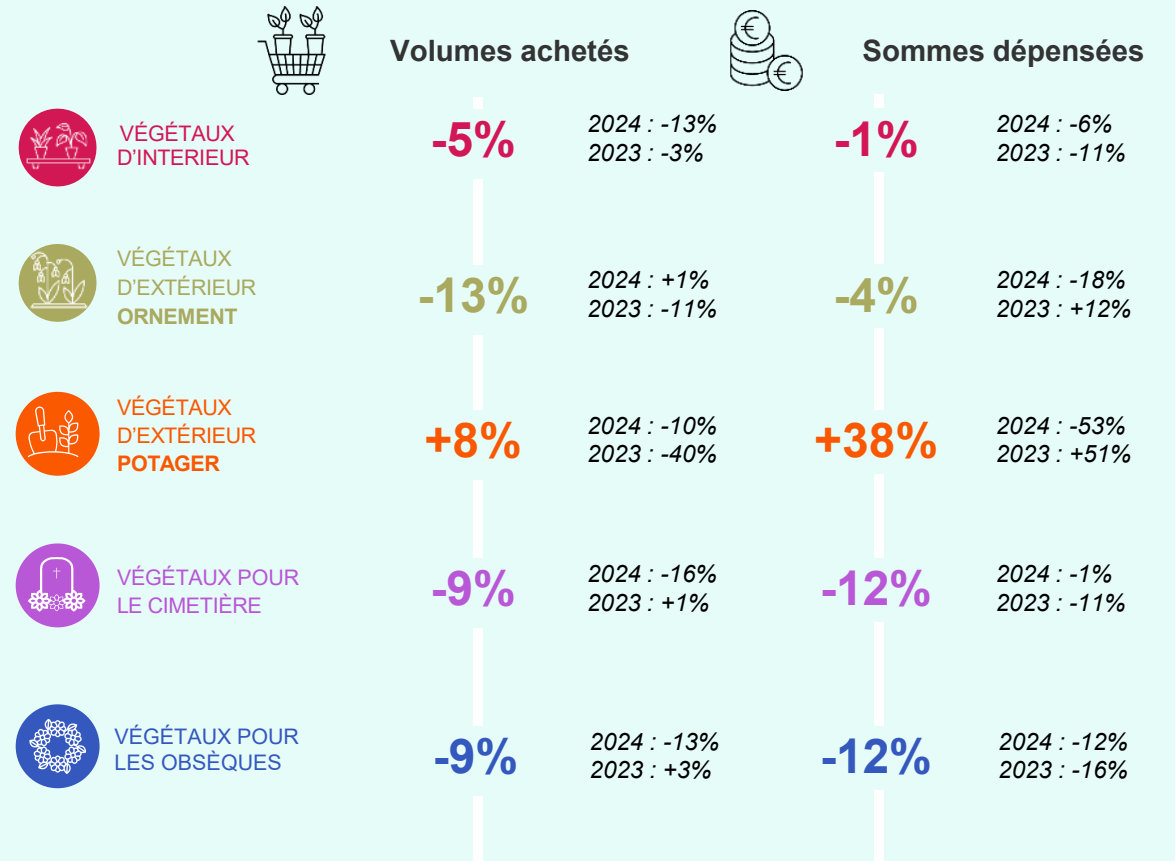


Les végétaux d'intérieur, qui résistent, représentent plus de la moitié des achats chez les fleuristes. Les volumes achetés et les sommes dépensées sont en tendance baissière pour tous les autres types de végétaux hormis le potager, qui reste toutefois minoritaire.

### Poids des différents marchés



### Volume et valeur des différents marchés (en évolution)



Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



GRANDE  
DISTRIBUTION

## 3.3

La grande distribution baisse en volume et surtout en valeur, sous l'effet d'une légère contraction du budget et du prix moyen.



GRANDE  
DISTRIBUTION



# 3.3

La grande distribution baisse en volume et surtout en valeur, sous l'effet d'une légère contraction du budget et du prix moyen.

En 2025, **37% des foyers** français ont acheté au moins un végétal en grande distribution, taux en léger recul de -1pt. Il s'agit du lieu le plus fréquenté, devant les jardineries et les fleuristes.

Les foyers achètent en moyenne **9** végétaux par an pour un budget moyen annuel d'environ **31€**. Ce montant, en légère baisse de -1€, est parmi les plus faibles, au même niveau des marchés et des magasins de bricolage et décoration.

En effet, le montant moyen dépensé pour un végétal s'élève à environ **3,60€**, bien en-dessous du niveau moyen (5€).

Le profil des acheteurs est plutôt **féminin** (68%), avec une majorité de **seniors** (59% de 55 ans et plus) et une part importante d'**inactifs** (48%), suivis par les **PCS+** (29%) et les **PCS-** (24%), à un niveau plutôt proche, à la différence des autres lieux.

La tendance baissière du nombre de foyers acheteurs fait que globalement les achats **diminuent en volume** (-7%), et encore plus en **valeur** (-12%), à cause de la légère contraction du budget consacré.

En termes de **saisonnalité**, une grande partie des achats en grande distribution reste concentrée sur les 2 premiers trimestres en volume, malgré une diminution constante. En valeur, les achats sont plus répartis sur l'ensemble de l'année, avec cependant une diminution des dépenses en milieu d'année.

La grande distribution détient une **part de marché** importante en volume (21%), au premier rang avec les jardineries, malgré une baisse de -2pts. En valeur (16%), elle est devancée par les fleuristes et les jardineries.

La grande distribution bénéficie de parts de marché significatives dans tous les segments hors obsèques, notamment dans les végétaux **d'intérieur** et pour le **cimetière**.

En volume, les végétaux d'extérieur d'ornement (35%) et pour le potager (31%) représentent la majorité des achats en grande distribution. En valeur, les végétaux d'intérieur ont un poids plus important (48%), suivis par les végétaux d'extérieur d'ornement (28%), en baisse après deux années de progression.

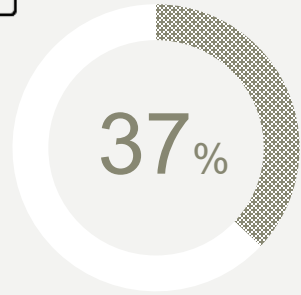


GRANDE DISTRIBUTION

En 2025, 37% des foyers français ont acheté au moins un végétal en grande distribution (-1pt). Ils achètent en moyenne 9 végétaux par an pour un budget de 31€. Les achats sont en baisse cette année, notamment en valeur, avec un prix moyen par végétal qui tend à diminuer.



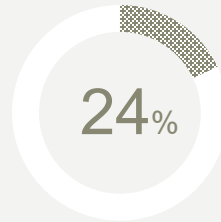
**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



2024 : 38% ↘  
2023 : 40%  
2022 : 41%



**Taux de pénétration**  
% d'individus de 18 ans et plus



2024 : 24% ↘  
2023 : 26%  
2022 : 27%

**Quantité moyenne**  
en volume



8,7

par foyer acheteur

2024 : 8,9  
2023 : 9,3  
2022 : 9,8

**Budget moyen**  
en valeur



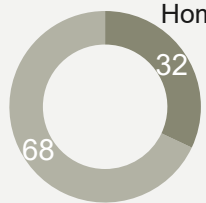
31,40€

par foyer acheteur

2024 : 32,40€  
2023 : 36,30€  
2022 : 32,10€



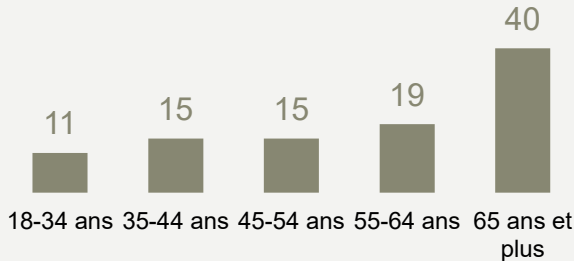
**SEXE**



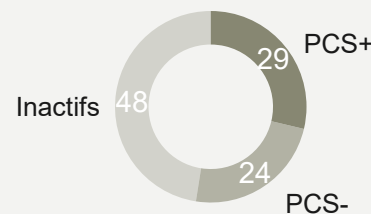
Femme



**AGE**



**PCS**



Inactifs



**Volumes achetés**  
-7%

2024 : -3%  
2023 : -12%



**Sommes dépensées**  
-12%

2024 : -6%  
2023 : +7%



**Prix moyen**  
3,60€

2024 : 3,80€  
2023 : 3,90€  
2022 : 3,20€

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

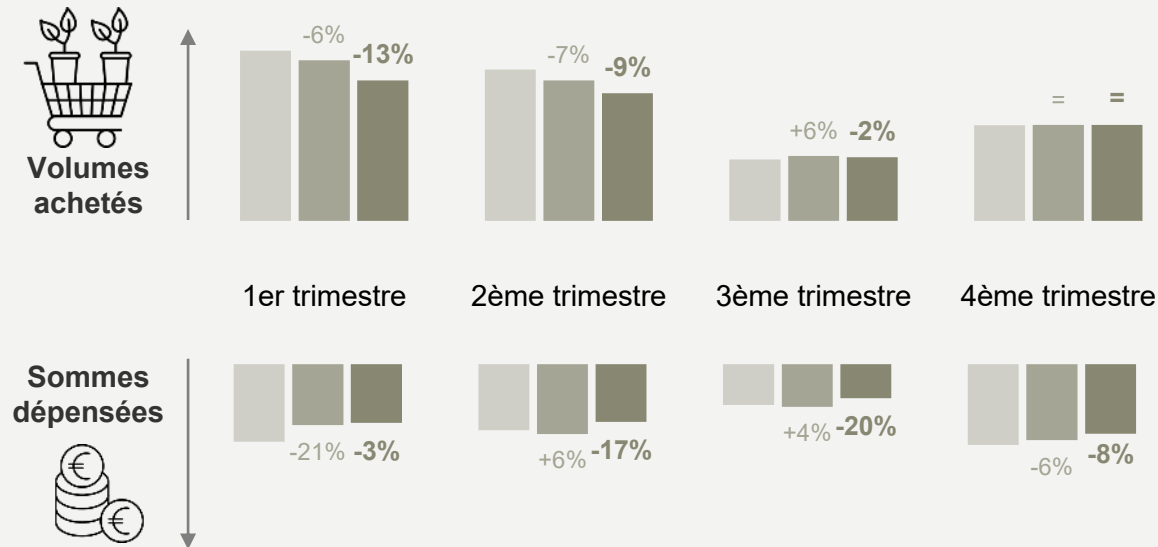


GRANDE DISTRIBUTION

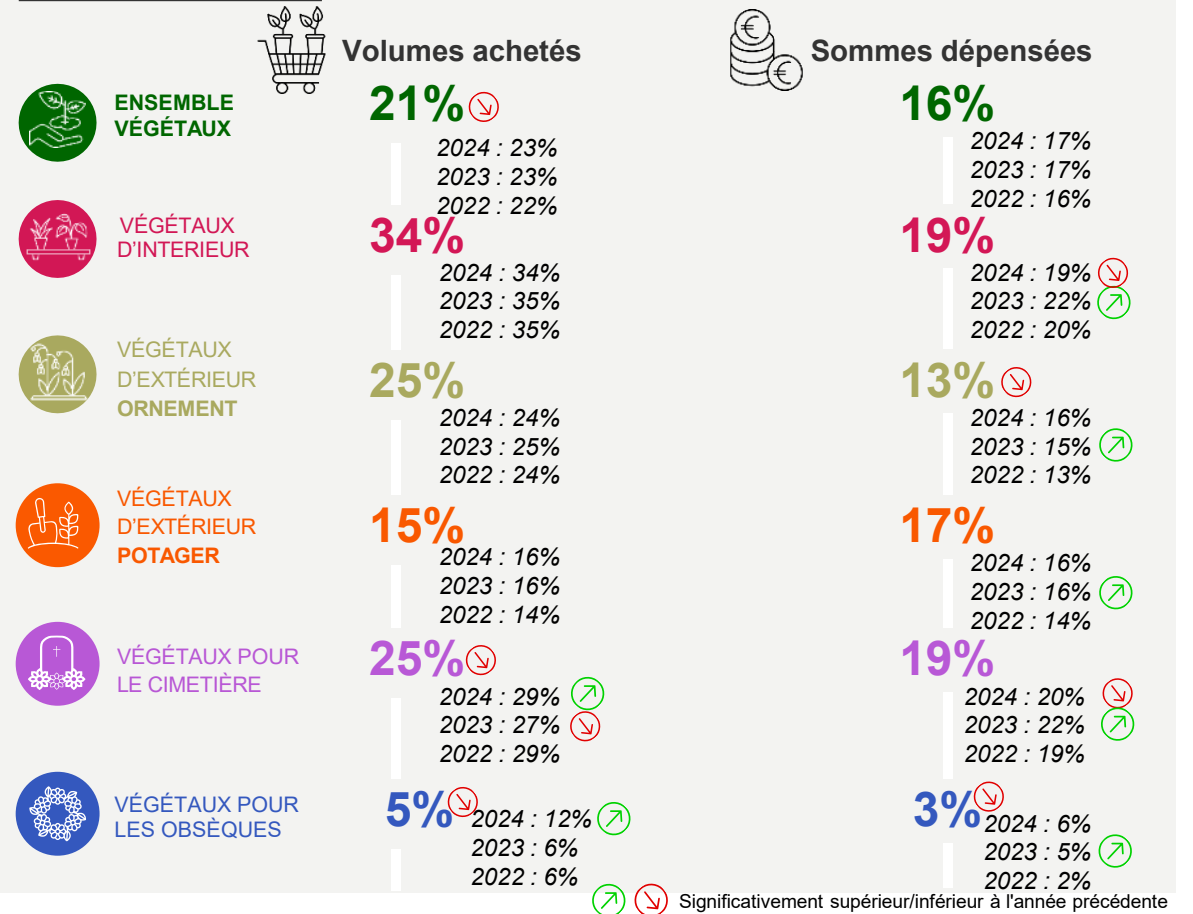
Les achats de végétaux en grande distribution sont plus importants au cours des 2 premiers trimestres en volume, mais tendent à la baisse faisant perdre des parts de marché au circuit. Hors obsèques, les parts de marché en valeur sont stables et comparables entre segments.

### Quantités achetées et sommes dépensées par trimestre (évolutions)

■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



### Part de marché par type de végétaux

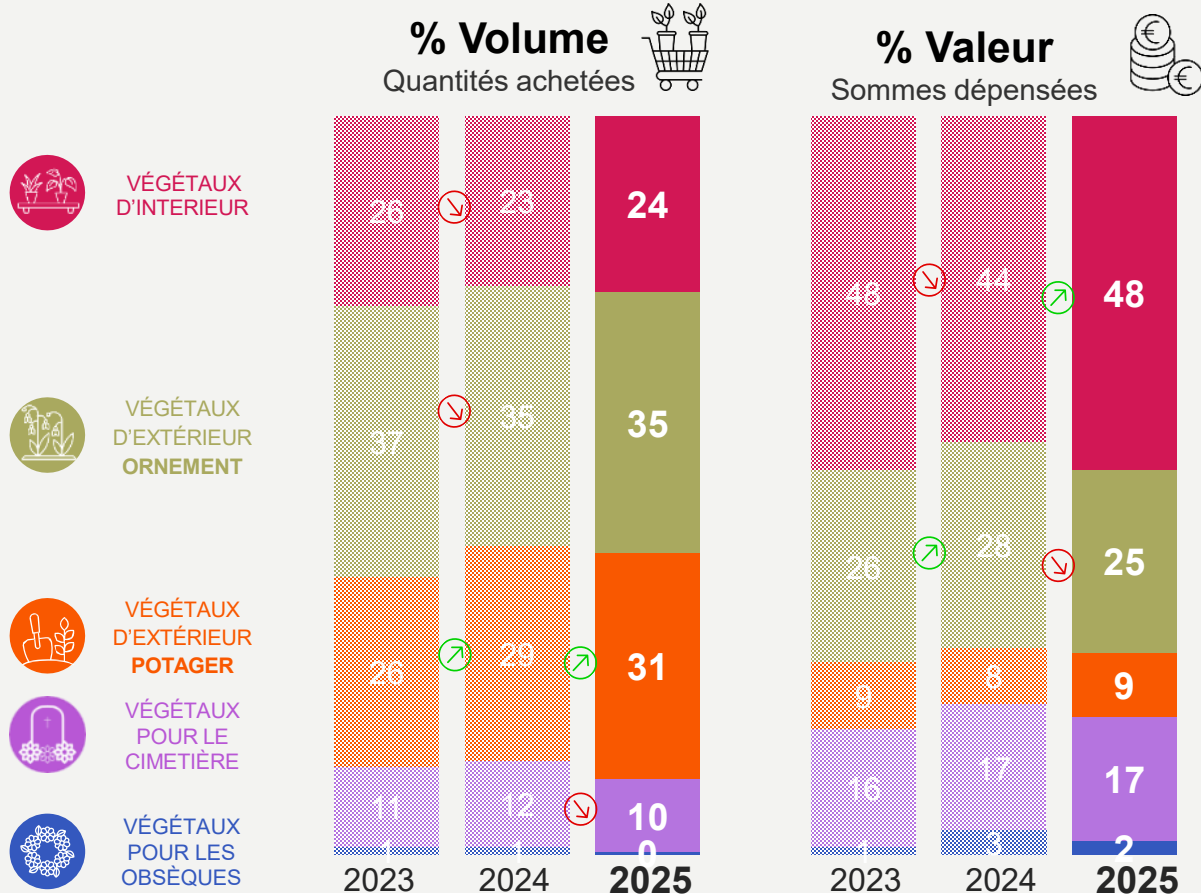




GRANDE DISTRIBUTION

Les achats dans la grande distribution sont assez répartis entre les différents segments en volume, avec en tête les végétaux d'extérieur d'ornement, suivi du potager. En valeur, les végétaux d'intérieur restent largement en tête, et remontent au détriment de l'extérieur.

### Poids des différents marchés



### Volume et valeur des différents marchés (en évolution)

Segment	Évolution	Volumes achetés	Sommes dépensées
VÉGÉTAUX D'INTERIEUR	-4%	2024 : -14% 2023 : -2%	-4% 2024 : -12% 2023 : +5%
VÉGÉTAUX D'EXTÉRIEUR ORNEMENT	-7%	2024 : -8% 2023 : -14%	-21% 2024 : +5% 2023 : +5%
VÉGÉTAUX D'EXTÉRIEUR POTAGER	-2%	2024 : +7% 2023 : -17%	= 2024 : -17% 2023 : +3%
VÉGÉTAUX POUR LE CIMETIÈRE	-22%	2024 : +6% 2023 : -12%	-13% 2024 : -6% 2023 : +8%
VÉGÉTAUX POUR LES OBSÈQUES	-67%	2024 : +100% 2023 : +13%	-51% 2024 : +15% 2023 : +93%

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



PRODUCTEURS

## 3.4

Les producteurs maintiennent leur clientèle et profitent d'une progression en volume et en valeur.



PRODUCTEURS

# 3.4

## Les producteurs maintiennent leur clientèle et profitent d'une progression en volume et en valeur.

En 2025, **12% des foyers** ont acheté au moins un végétal **chez les producteurs**, taux très stable cette année, contrairement aux autres principaux lieux. Ce circuit est le 4<sup>e</sup> le plus fréquenté avec les libres-services agricoles, loin derrière la grande distribution, les fleuristes et les jardinerie.

Les foyers achètent en moyenne **15 végétaux** par an pour un budget moyen annuel d'environ **52€**. Il s'agit d'un montant plutôt élevé, dépassé uniquement par la vente à distance, les fleuristes et les jardinerie.

Le montant moyen dépensé pour un végétal s'élève à environ **3,10€**, bien inférieur au niveau moyen (5€), et en tendance baissière depuis le pic observé en 2023.

Le profil des acheteurs est plutôt **féminin** (63%), avec une majorité de **seniors** (70% de 55 ans et plus) et une part très importante d'**inactifs** (53%), suivis par les **PCS+** (29%).

Globalement, les achats sont fortement en **hausse en volume** (+13%) et poursuivent leur reprise, après les fortes baisses de 2022 et 2023. Les achats sont également en légère **croissance en valeur** (+3%), progression limitée par la diminution du prix moyen dépensé pour un végétal.

En termes de **saisonnalité**, la majorité des achats chez les producteurs se concentre sur le 2<sup>ème</sup> trimestre, qui revient à la hausse après une forte baisse des volumes en 2023. En valeur, la fin d'année joue également un rôle important.

Les producteurs détiennent une **part de marché** plus limitée, mais en progression, portée par la bonne dynamique observée cette année : 14% en volume et 9% en valeur.

En volume, les végétaux pour le potager (56%) et les végétaux d'extérieur d'ornement (33%) représentent la très grande majorité des achats chez les producteurs. En valeur, les végétaux d'extérieur d'ornement concentrent 51% des achats, un segment de nouveau en hausse après deux années de baisse. À l'inverse, les végétaux d'intérieur sont en difficulté et perdent en importance. Les végétaux pour le potager sont moins représentés en valeur, en raison d'un prix par végétal nettement plus bas, et les végétaux pour les obsèques restent très minoritaires.



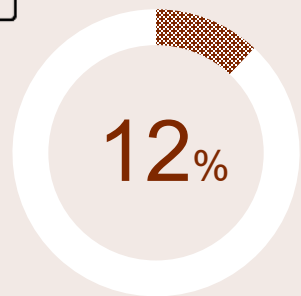


PRODUCTEURS

En 2025, 12% des foyers français ont acheté au moins un végétal chez les producteurs, une proportion stable. Ils achètent en moyenne 15 végétaux par an pour un budget de 53€. Les volumes achetés et les sommes dépensées sont en hausse, avec un prix moyen qui baisse à nouveau.



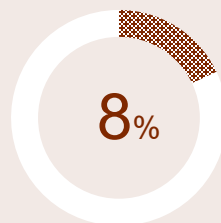
### Taux de pénétration % des foyers en France



2024 : 12%  
2023 : 14%  
2022 : 14%



### Taux de pénétration % d'individus de 18 ans et plus



2024 : 8%  
2023 : 8%  
2022 : 8%

### Quantité moyenne en volume



**15,2**  
par foyer acheteur

2024 : 15,7  
2023 : 14,9  
2022 : 20,7

### Budget moyen en valeur

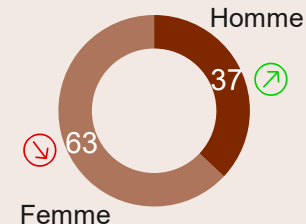


**52,50€**  
par foyer acheteur

2024 : 51,60€  
2023 : 51,10€  
2022 : 58,20€



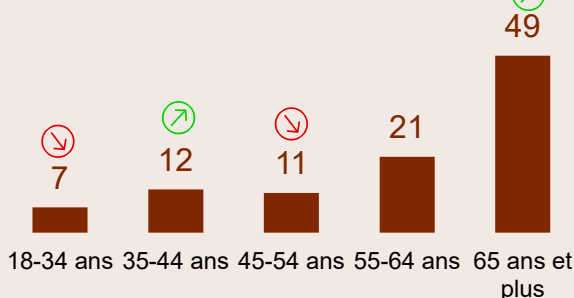
### SEXE



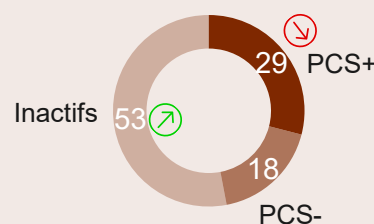
Femme



### AGE



### PCS



Inactifs

PCS-

PCS+



**Volumes  
achetés  
+13%**

2024 : +5%  
2023 : -33%



**Sommes  
dépensées  
+3%**

2024 : -2%  
2023 : -17%



**Prix  
moyen  
3,10€**

2024 : 3,40€  
2023 : 3,70€  
2022 : 3,00€

Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



PRODUCTEURS

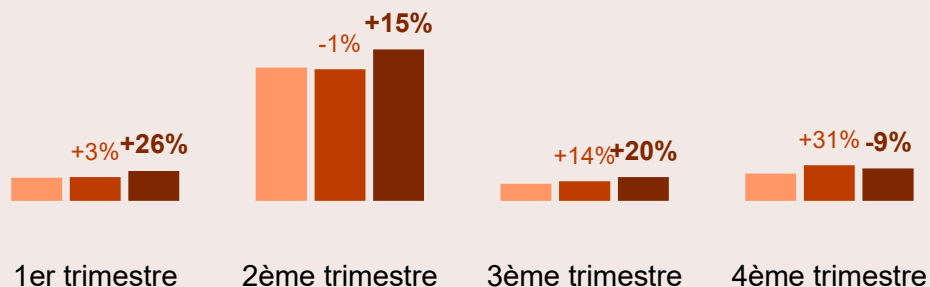
La majorité des achats en quantité ont lieu au printemps, avec également des sommes dépensées importantes en fin d'année. La part de marché des producteurs progresse, notamment dans le segment des végétaux d'extérieur d'ornement.

### Quantités achetées et sommes dépensées par trimestre (évolutions)

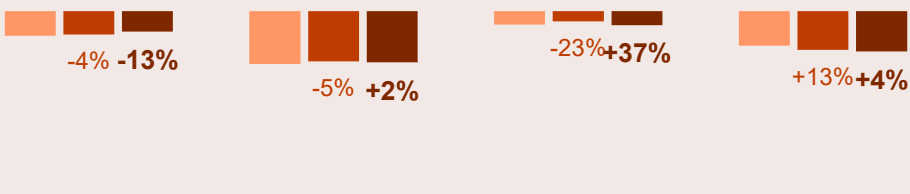
■ 2023 ■ 2024 ■ 2025



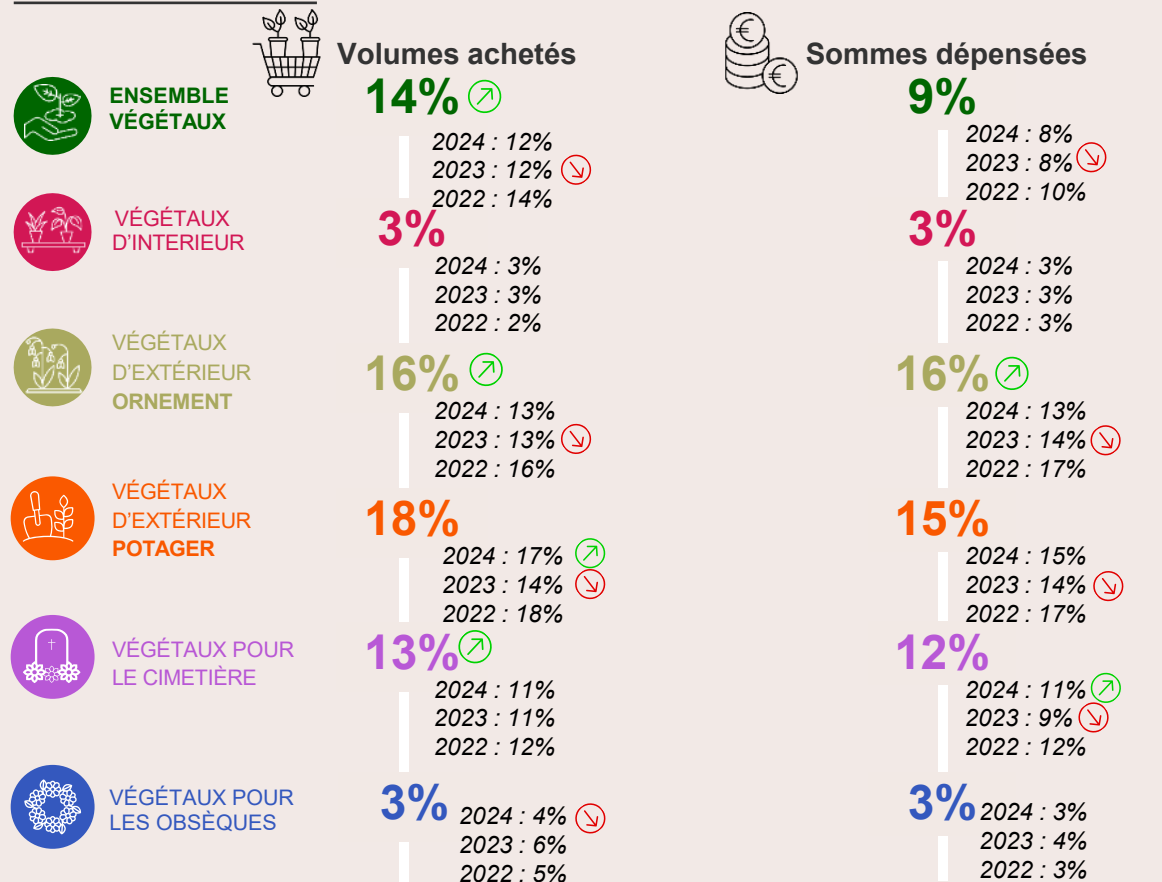
Volumes  
achetés



Sommes  
dépensées



### Part de marché par type de végétaux



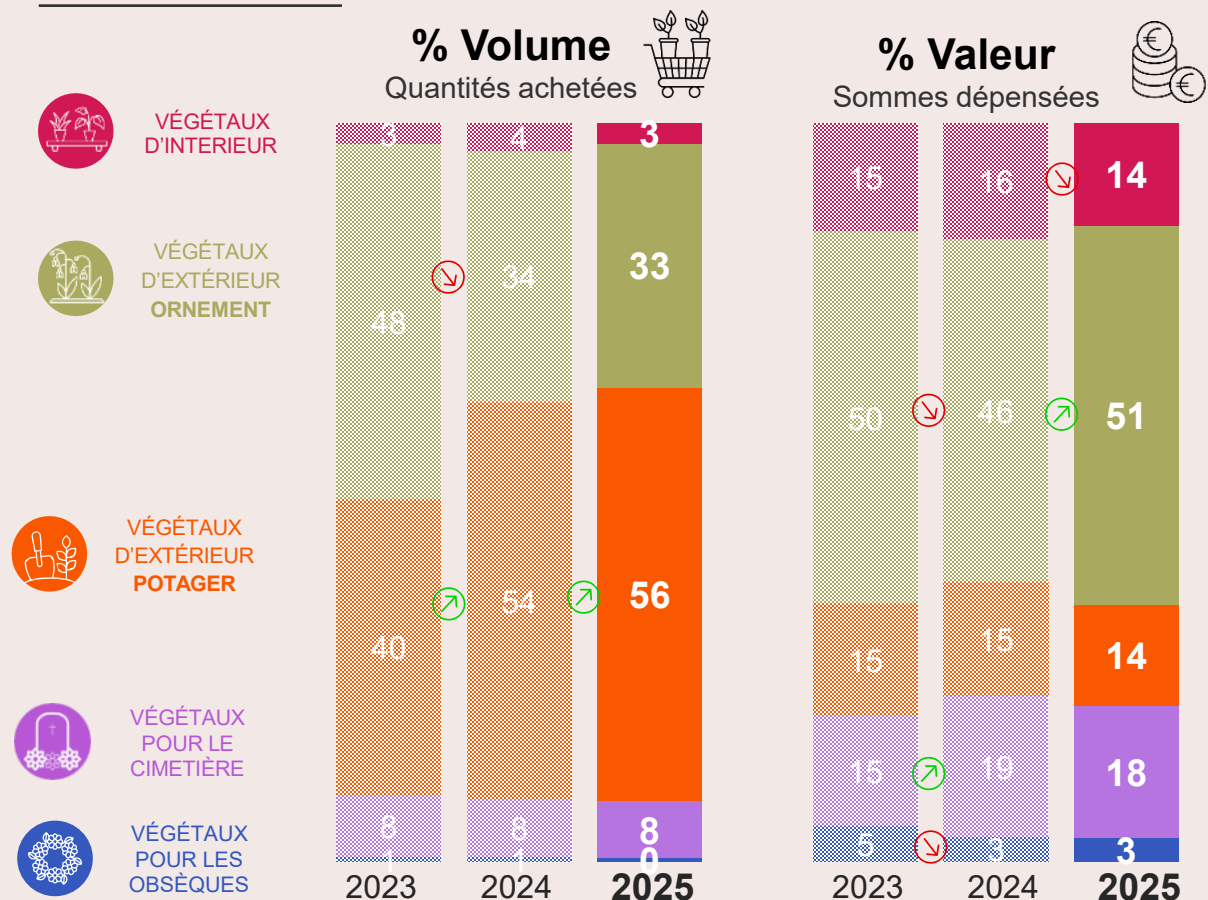
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente



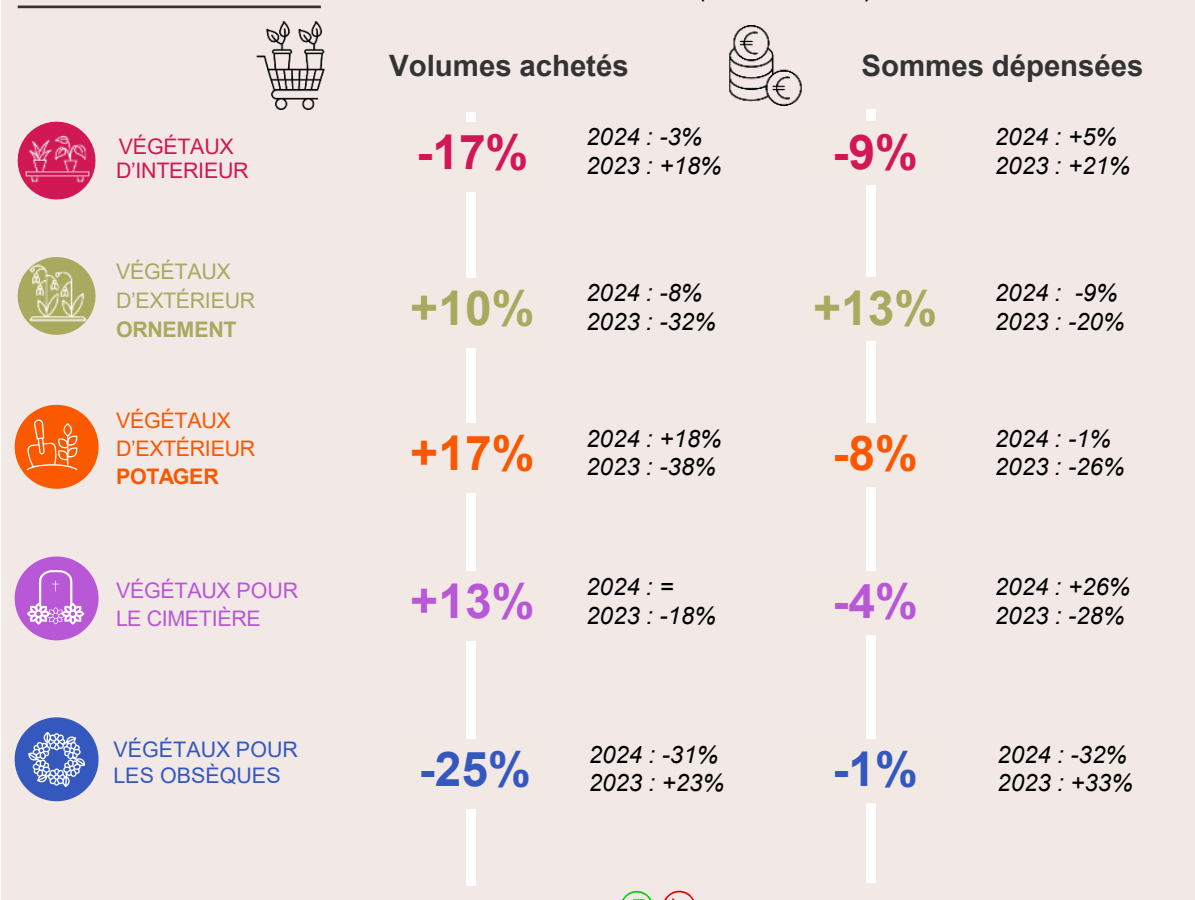
PRODUCTEURS

Les végétaux pour le potager représentent la majorité des volumes achetés chez les producteurs, mais prennent peu de place en valeur, loin derrière les végétaux d'extérieur d'ornement, qui performant particulièrement bien en valeur, à la différence de l'intérieur.

### Poids des différents marchés



### Volume et valeur des différents marchés (en évolution)



Significativement supérieur/inférieur à l'année précédente

# KANTAR

**Béatrice Guilbert**

[beatrice.guilbert@kantar.com](mailto:beatrice.guilbert@kantar.com)

**Daniele Schinaia**

[daniele.schinaia@kantar.com](mailto:daniele.schinaia@kantar.com)

**Thomas Schlaeintzauer**

[thomas.schlaeintzauer@kantar.com](mailto:thomas.schlaeintzauer@kantar.com)

[www.kantar.com/fr](http://www.kantar.com/fr)



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

**VALHOR**  
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL