

KANTAR

Confinement et impact pour les acheteurs de végétaux

Août 2020



1. Synthèse et pistes de réflexion



Synthèse & pistes de réflexion



PRINCIPALES OBSERVATIONS

Evolution des habitudes et de la consommation, suite à la crise Covid-19

Un tiers des acheteurs de végétaux a ressenti une forte gêne dans l'accès aux espaces verts, ce qui est inévitablement lié à la période de confinement. Cette gêne a été d'autant plus forte au sein des acheteurs confinés dans des espaces restreints et urbains ; Elle s'est aussi reflétée dans l'achat de végétaux et services associés.

Le développement de nouveaux services associés (livraison à domicile, retrait de commande) durant cette période a été utile à près de trois acheteurs de végétaux sur 10, principalement le retrait de commande. Parmi ceux ayant eu recours à un nouveau service, la satisfaction est élevée et accompagnée de l'envie qu'ils continuent d'exister.

Cette période a renforcée l'importance accordée à l'origine française, déjà élevée: les acheteurs de végétaux ont la volonté d'un comportement d'achat engagé pour soutenir les acteurs nationaux et surtout locaux.



PISTES DE RÉFLEXION

Valoriser l'origine française, voire locale, des végétaux

Mettre à disposition le plus d'informations possible sur les producteurs et distributeurs locaux.

2. Méthodologie de l'étude

Eléments de méthodologie



Cible

- › Echantillon représentatif des **acheteurs de végétaux au cours des 12 derniers mois**, selon les critères sociodémographiques usuels : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge, catégorie socio-professionnelle.
- › Profil des acheteurs issu de l'étude de suivi des achats de végétaux d'ornement ou potager pour FranceAgrimer et VAL'HOR, année 2019
- › Total de 2270 acheteurs de végétaux



Mode de recueil

- › Panel consommateurs de Kantar: Metaskope
- › Questionnaire online de 10 minutes

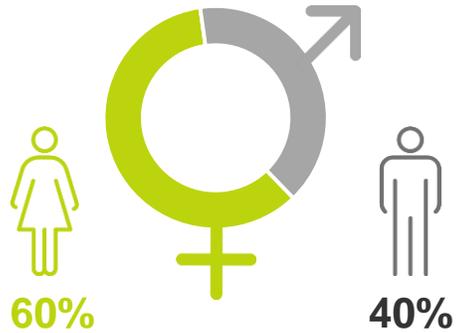


Dates de terrain

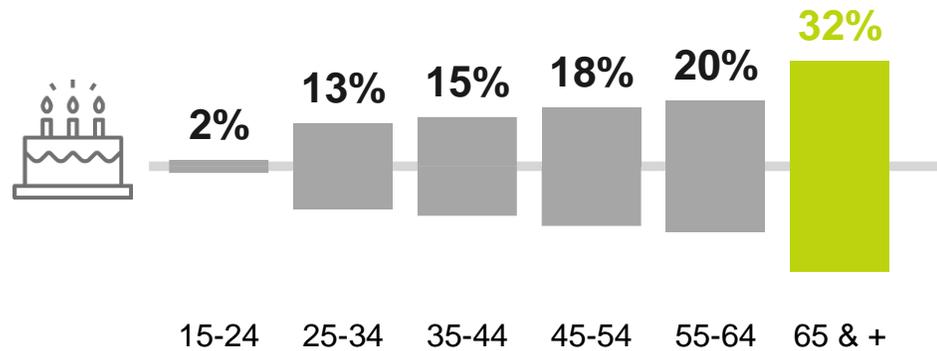
- › Du 24 juin au 7 juillet 2020

Le profil type des acheteurs de végétaux est plus féminin, davantage sénior et inactif. Ces acheteurs habitent plus fréquemment dans les grandes agglomérations et possèdent un jardin pour la majorité.

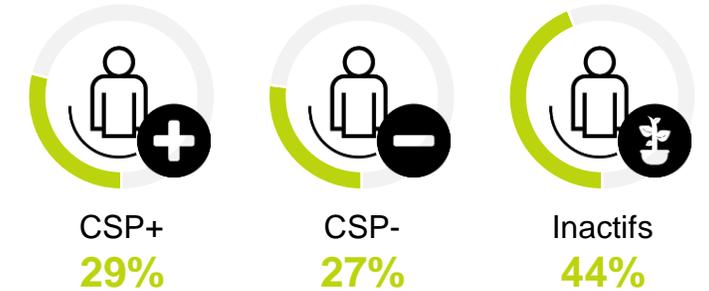
SEXE



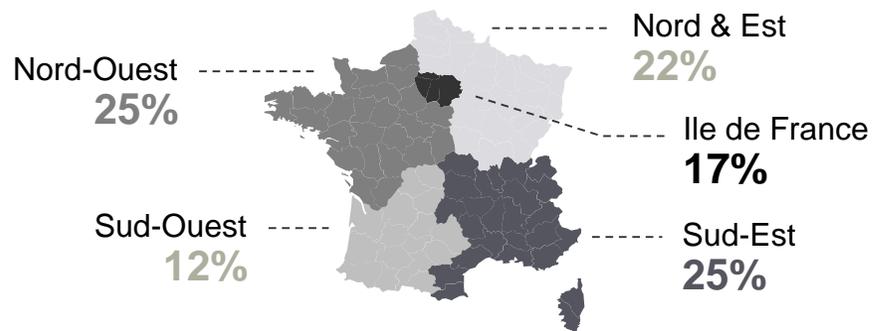
ÂGE



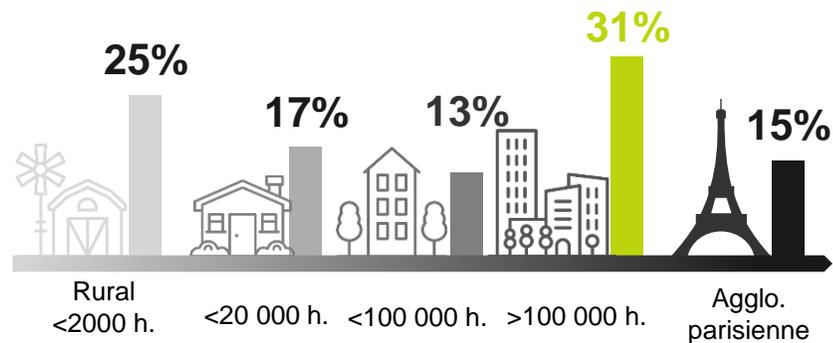
PCS INDIVIDU



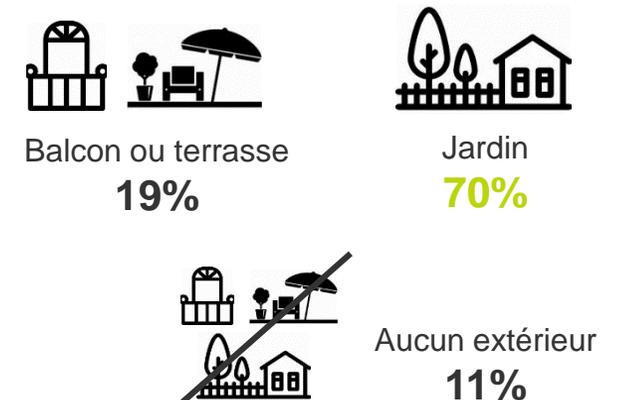
RÉGION UDA5



TAILLE D'AGGLOMÉRATION



TYPE D'EXTERIEUR



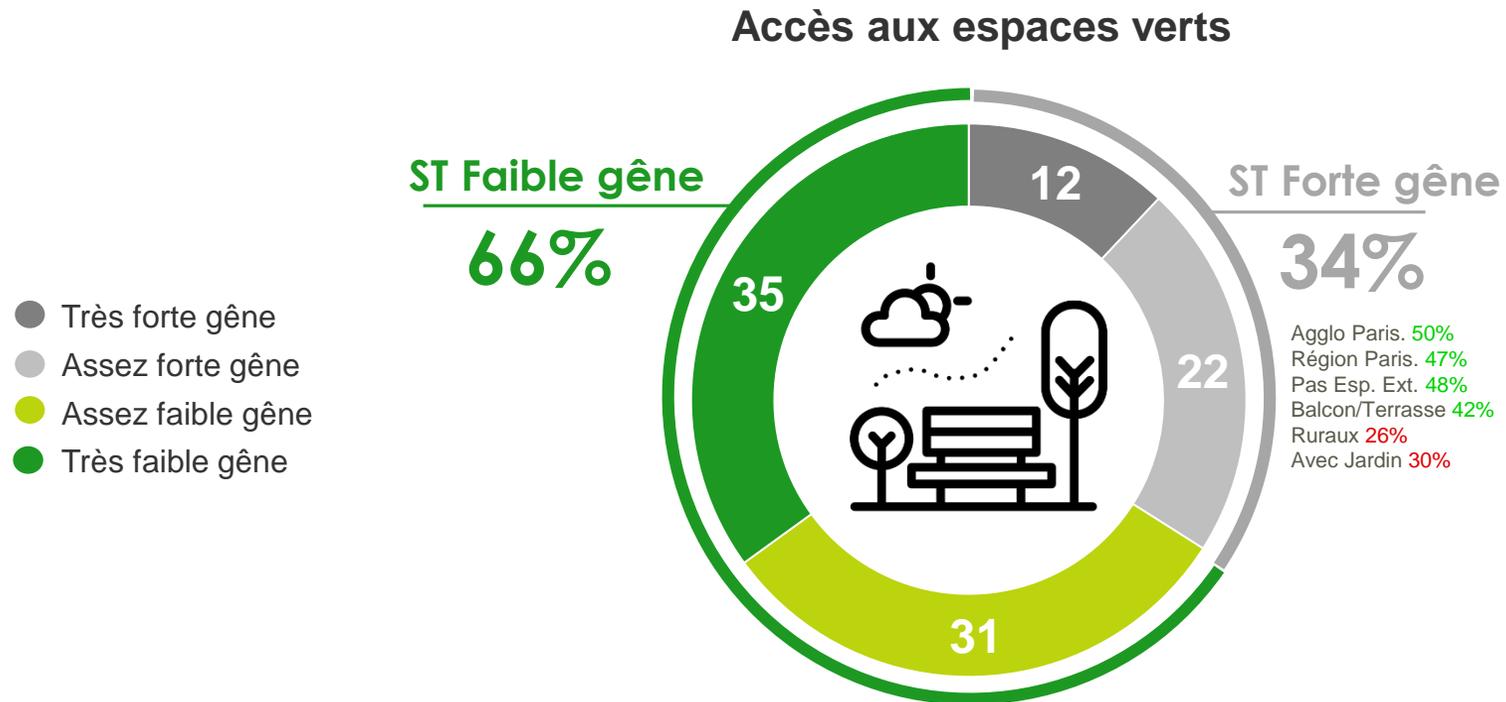
En %
Base : Acheteurs de végétaux durant l'année précédente (2270)

3. Principaux résultats



Un tiers des acheteurs a ressenti une forte gêne dans l'accès aux espaces verts. Cette gêne a été d'autant plus forte pour les franciliens ou les acheteurs sans espace extérieur.

Gêne dans l'accès aux espaces verts



En %

Base : Acheteurs de végétaux (2270)

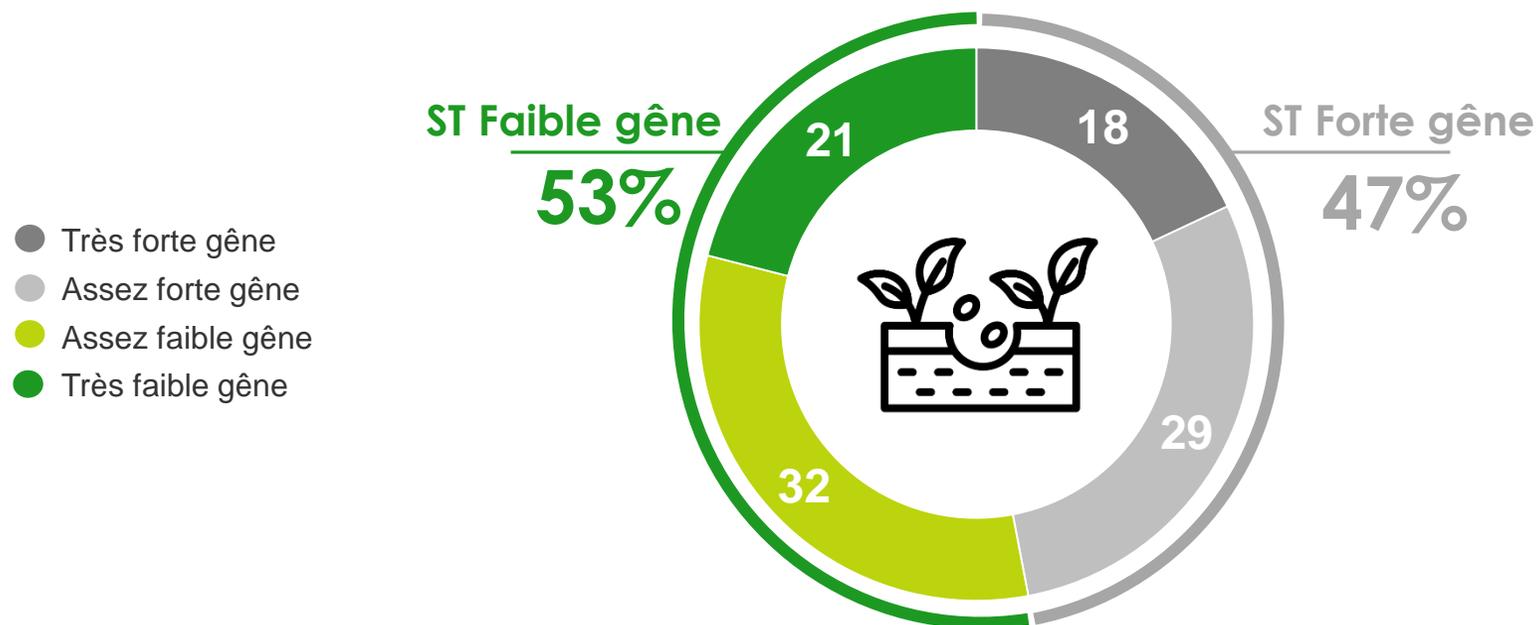
B1 Pendant cette période, à quel point avez-vous ressenti une gêne pour avoir accès aux espaces verts? / B1bis Pendant cette période, à quel point avez-vous ressenti une gêne pour acquérir des arbres, fleurs, plantes et avoir accès à des prestations de jardins ?

xx%/xx% Significativité à 95% vs l'ensemble

Elle s'est accompagnée d'une gêne plus importante dans l'achat de végétaux et de services associés, pour près de la moitié des acheteurs.

Gêne pour l'achat de végétaux

Acquérir des arbres, fleurs, plantes et avoir accès à des prestations de jardin



En %

Base : Acheteurs de végétaux (2270)

B1 Pendant cette période, à quel point avez-vous ressenti une gêne pour avoir accès aux espaces verts? / B1bis Pendant cette période, à quel point avez-vous ressenti une gêne pour acquérir des arbres, fleurs, plantes et avoir accès à des prestations de jardins ?

xx%/xx% Significativité à 95% vs l'ensemble

29% des acheteurs de végétaux ont utilisé un des services proposés pour acheter des végétaux. Le retrait de commande a été le plus utilisé de ces services.

Utilisation services de livraison / retrait de commande

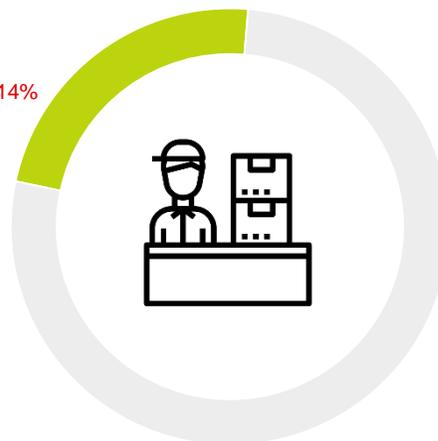
29%

Des acheteurs de végétaux ont utilisé un des services proposés pendant le confinement

Moins de 35 ans : 46%
Ruraux : 37%
PCS - : 36%
65 ans et plus : 21%
Région Parisienne : 21%
Inactifs : 22%

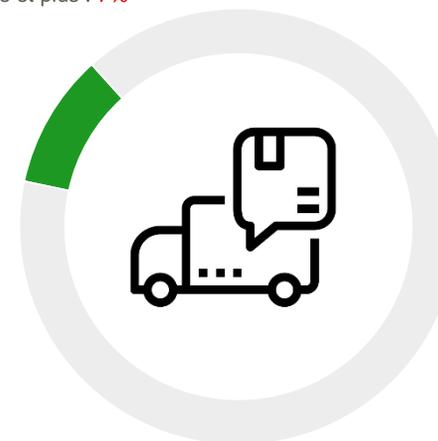
23% ont utilisé le **Retrait de commande**

Moins de 35 ans : 39%
Ruraux : 32%
PCS - : 32%
65 ans et plus : 16%
Région Parisienne : 14%
Inactifs : 17%



9% ont utilisé le **Livraison à domicile**

65 ans et plus : 7%



En %

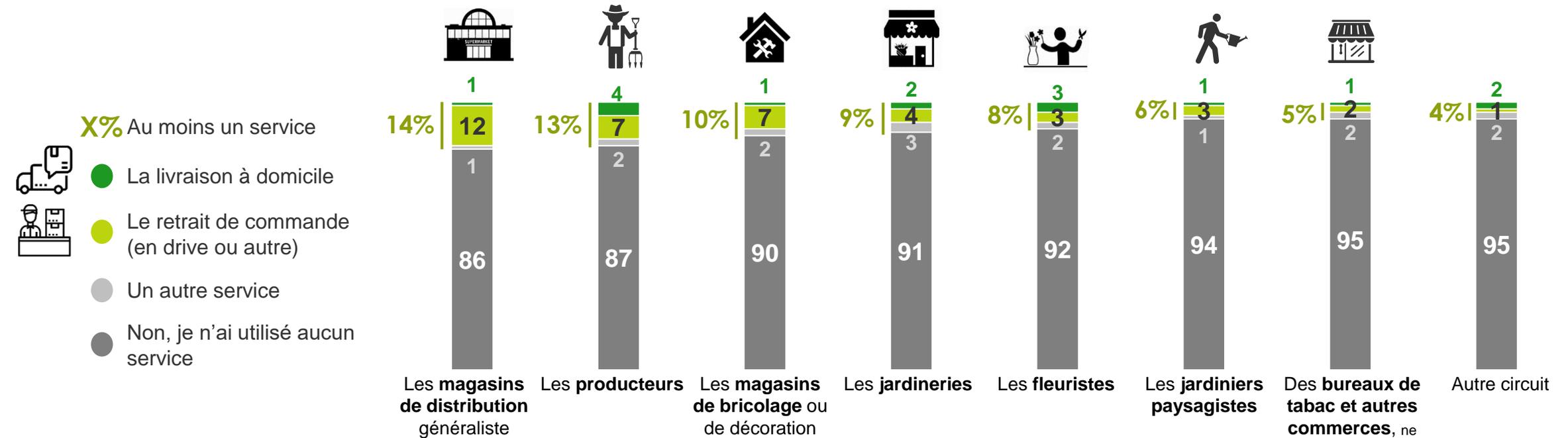
Base : Acheteurs de végétaux (2270)

B2 Pendant le confinement, certains professionnels du végétal ont développé des services de livraison ou de retrait de commande. Avez-vous utilisé ces services ?

2 acheteurs de végétaux sur 10 ont fait appel à au moins un service auprès d'un professionnel du végétal. Le retrait de commande a été davantage utilisé auprès des producteurs, des grandes surfaces ou des magasins de bricolage.

Utilisation services de livraison / retrait de commande

ST Professionnel du végétal : 22% Au moins un service
 Producteurs, jardinerie, fleuristes et jardiniers paysagistes 8% La livraison à domicile
 11% Le retrait de commande



En %
 Base : Acheteurs de végétaux (2270)
 B2 Pendant le confinement, certains professionnels du végétal ont développé des services de livraison ou de retrait de commande. Avez-vous utilisé ces services ?

Au global, les acheteurs sont satisfaits des services auxquels ils ont eu recours, particulièrement sur le retrait de commande en magasin ou drive qui a été utilisé par un quart des acheteurs de végétaux pendant le confinement.

Utilisation et satisfaction services proposés



En %

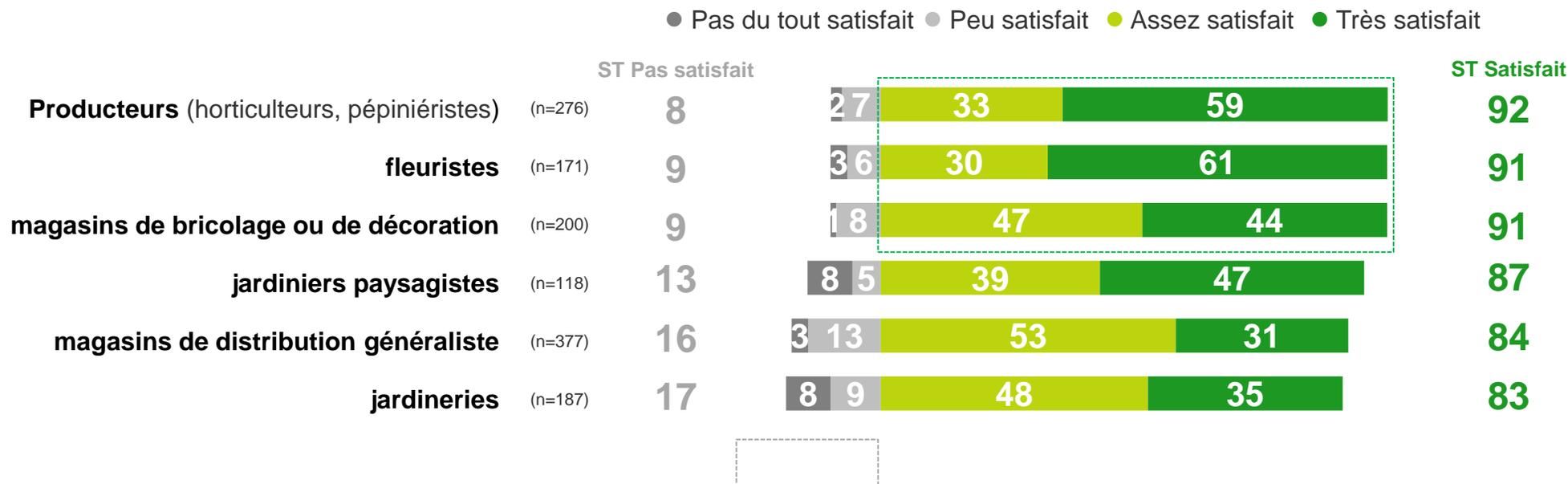
Base : Acheteurs de végétaux ayant fait un achat dans l'un de ces lieux via la livraison à domicile ou le retrait de commandes

B4 Pour chacun de ces services que vous avez utilisés pendant le confinement pour vous procurer des arbres, plantes ou fleurs, dans quelle mesure en avez-vous été satisfait ?

xx%/xx% Significativité à 95% vs l'ensemble

Les livraisons ou retraits de commandes auprès des producteurs, fleuristes et magasins de bricolage ou décoration ont satisfaits 9 acheteurs sur 10. Dans l'ensemble la satisfaction est élevée auprès de tous les lieux où un service a été proposé, mais moins dans les commerces qui ne proposent habituellement pas de végétaux.

Satisfaction services proposés en % (livraison à domicile ou retrait de commande)



En %

Base : Acheteurs de végétaux ayant fait un achat dans l'un de ces lieux via la livraison à domicile ou le retrait de commandes

B4 Pour chacun de ces services que vous avez utilisés pendant le confinement pour vous procurer des arbres, plantes ou fleurs, dans quelle mesure en avez-vous été satisfait ?

Dans l'ensemble, les utilisateurs de ces services souhaitent qu'ils continuent à être proposés.

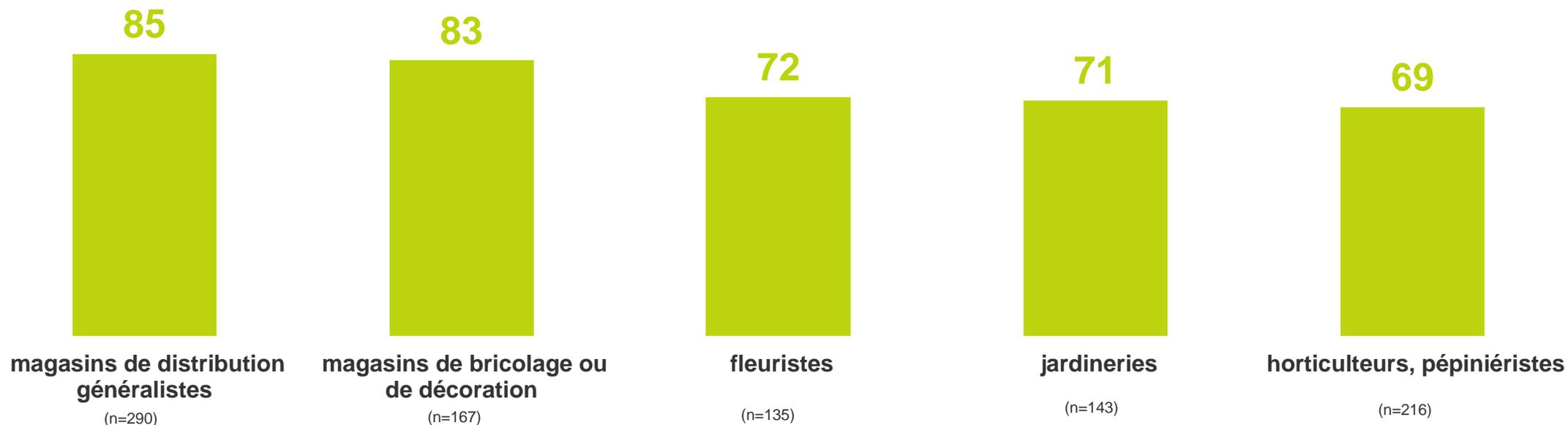
Souhaits services de livraison/retrait de commande



89% des acheteurs de végétaux souhaitent que le service de livraison à domicile continue d'être proposé.



Et **82%** pour le retrait de commande en magasin ou drive



En %
B5 Souhaitez-vous que ces services continuent à être proposés ?

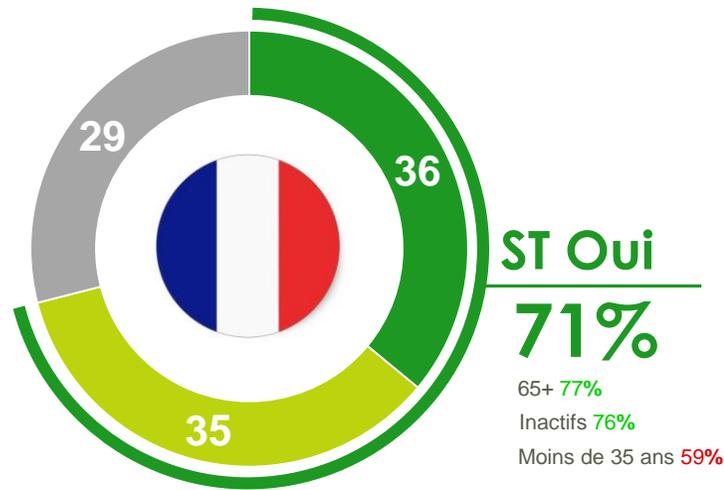
4.

L'importance accordée à l'origine française renforcée suite au confinement, dans un souci de soutien et d'achat engagé.

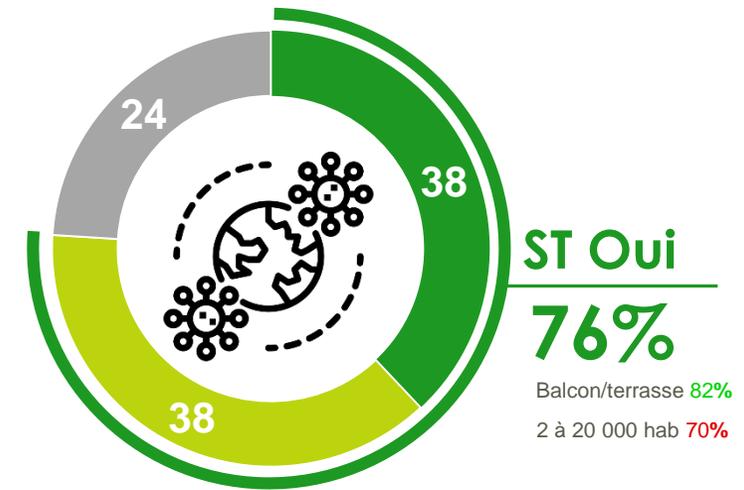


Plus de 70% des acheteurs de végétaux accordent de l'importance à l'origine française. Ce critère s'accroît avec l'âge (77% pour les seniors) et s'est intensifié suite à la crise du coronavirus pour 3 acheteurs sur 4.

Importance origine française des végétaux achetés



Renforcement importance origine française avec la crise du coronavirus



- Oui, beaucoup
- Oui, un peu
- Non, l'origine de production des arbres, plantes et fleurs n'avait pas d'importance pour moi

En %

Base : Acheteurs de végétaux (2270)

C1 Avant cette période de confinement, attachiez-vous de l'importance à l'origine française, voire locale, des arbres, plantes et fleurs que vous achetiez ? / C2 Direz-vous que l'importance que vous accordez à l'origine française s'est renforcée avec la crise du coronavirus ?

xx%/xx% Significativité à 95% vs l'ensemble

L'achat français est un achat engagé, avec pour principale raison le soutien aux producteurs, commerçants et entreprises locales et nationales, suivi de raisons économiques et écologiques.

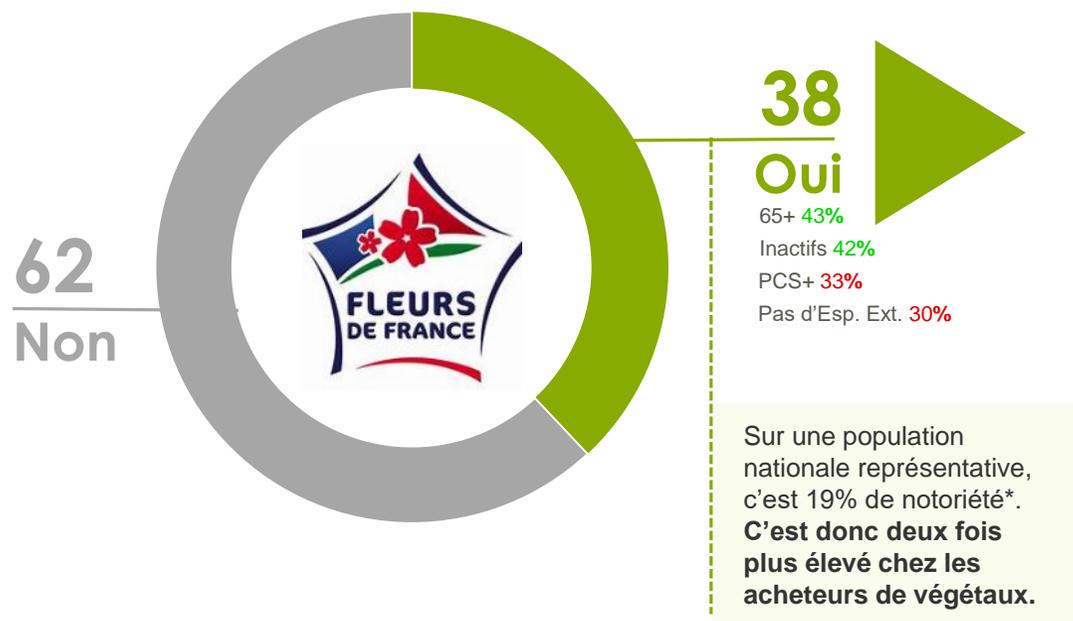
Raisons du renforcement de l'importance des achats d'origine française



En %
Base : Acheteurs de végétaux qui pensent que l'importance Origine France s'est renforcée avec la crise du Coronavirus (1269)
C3 Pour quelles raisons ?

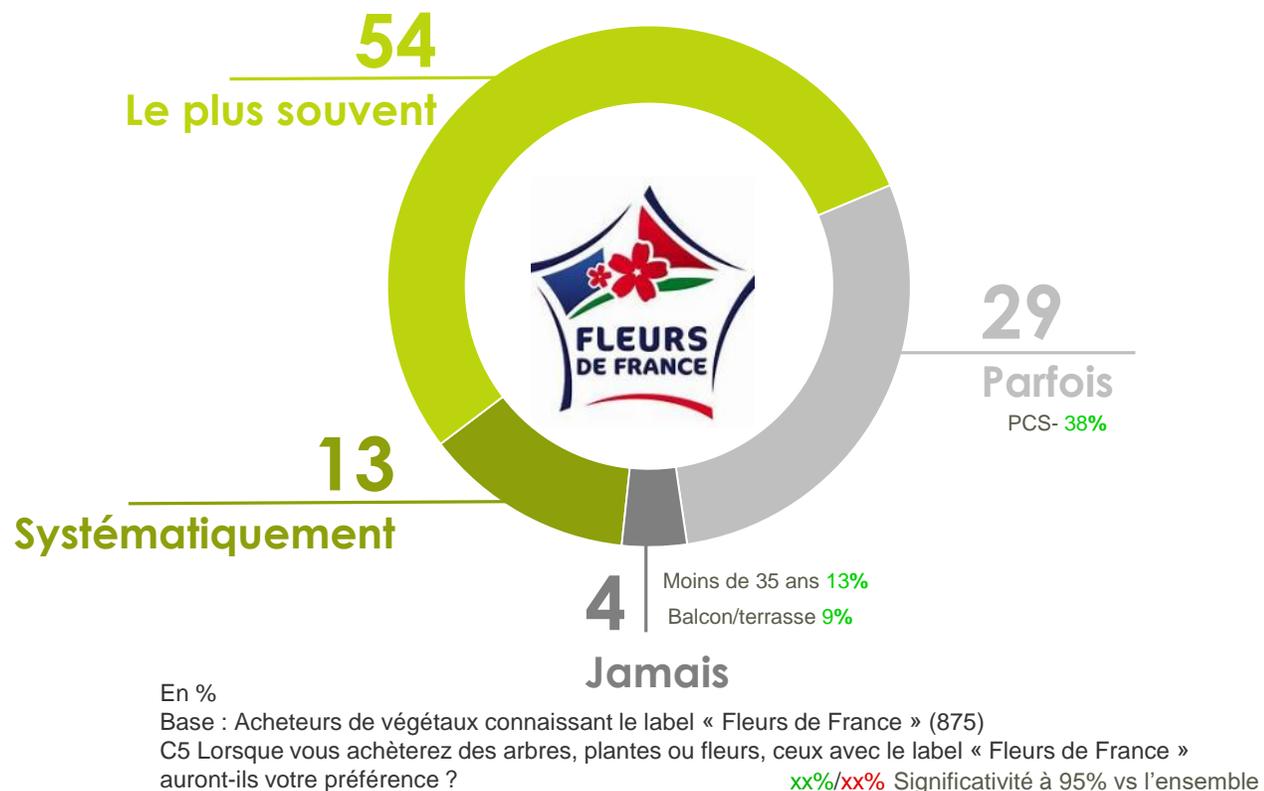
Près de 4 acheteurs de végétaux sur 10 connaissent le label Fleurs de France. La majorité d'entre eux accorde de l'importance à ce label lors de l'achat de végétaux. A noter, une plus forte notoriété au sein des 65 ans et +. A l'inverse une importance moindre pour les PCS- ou les moins de 35 ans.

Connaissance du label Fleurs de France



En %
 Base : Acheteurs de végétaux (2270)
 C4 Connaissez-vous le label « Fleurs de France » ?
 * Résultats de l'étude Fleurs de France 2019

Préférence label Fleurs de France (base connaisseurs)



En %
 Base : Acheteurs de végétaux connaissant le label « Fleurs de France » (875)
 C5 Lorsque vous achèterez des arbres, plantes ou fleurs, ceux avec le label « Fleurs de France » auront-ils votre préférence ?
 xx%/xx% Significativité à 95% vs l'ensemble



KANTAR



Emeline Brulebois

emeline.brulebois@kantar.com

01 40 92 67 11

Pauline CUENIN

pauline.cuenin@franceagrimer.fr

01 73 30 24 03

Frédéric Los

frederic.los@kantar.com

01 40 92 45 04

Aline HAERINGER

aline.haeringer@valhor.fr

01 53 91 45 56

Margaux Zaba

margaux.zaba@kantar.com

01 40 92 31 23

Crédits photos : Pixabay, Pexels, Julia BRECHLER/Bricolo
Factory pour VAL'HOR

Kantar

3, Av. Pierre Masse, 75014 Paris Cedex
01 40 92 66 66 | www.kantar.com |

