

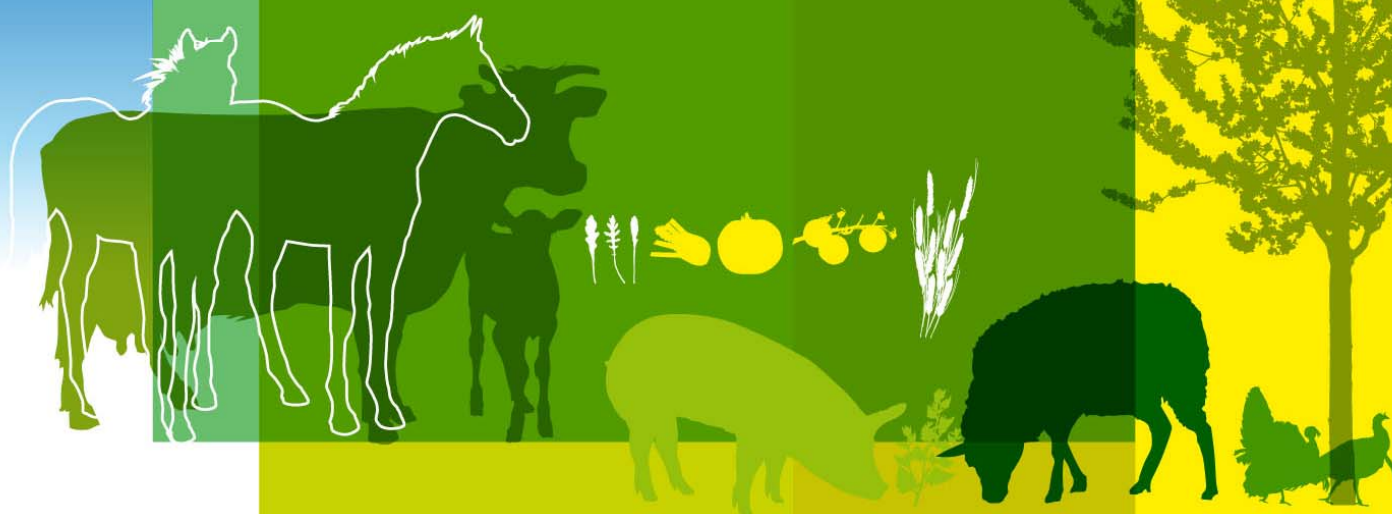
CÉRÉALES /
FRUITS ET LÉGUMES /
HORTICULTURE /
LAIT /
OLÉO-PROTÉAGINEUX /
PÊCHE ET AQUACULTURE /
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /
SUCRE /
VIANDES BLANCHES /
VIANDES ROUGES /
VINS /

FranceAgriMer

Les achats de sapins de Noël des foyers
français
Décembre 2011



FranceAgriMer



Les achats de sapins de Noël des foyers français Décembre 2011



Sommaire

Introduction

Conclusions

Le marché du Sapin de Noël

Le marché des sapins naturels

Le marché des sapins artificiels

Le recyclage des sapins naturels

Annexe

Structure socio-démographique des ménages



Ce document a été rédigé dans le respect des procédures Qualité de TNS Sofres.

Il a été validé par Anne de Boissieu, Directrice d'études

Les achats de
sapins de Noël des
foyers français
Décembre 2011

FranceAgriMer
Val'hor

TNS Sofres
Anne de Boissieu

34RA32 (03-2012) | © TNS

Contexte et objectifs

Ce rapport présente les résultats de l'étude « Sapins de Noël », réalisée chaque année fin décembre par TNS Sofres pour le compte de FranceAgriMer et Val'hor.

Les objectifs de l'étude sont les suivants :

- Évaluer le marché des sapins de Noël naturels et artificiels en décembre 2011
- Apprécier les évolutions par rapport à l'année précédente
- Déterminer le taux et le profil des foyers acheteurs
- Décrire les sapins achetés en termes de type, présentation, taille, prix, lieu d'achat et date d'achat

Une nouvelle question est abordée cette année :

La possibilité de rapporter le sapin pour recyclage (avec bénéfice d'un bon d'achat) est-elle une incitation à l'achat de sapin naturel ?

Note méthodologique



Échantillon

Cette étude a été réalisée à partir du Panel consommateurs de TNS Sofres (Métascope), représentatif des ménages français selon les critères socio-démographiques usuels : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge du chef de ménage, catégorie socio-professionnelle du chef de ménage et nombre de personnes au foyer. 6000 ménages représentatifs appartenant à ce panel ont été sélectionnés pour cette étude.



Mode de recueil

Un questionnaire a été adressé par voie postale fin décembre 2011 aux 6000 ménages sélectionnés.

4 761 questionnaires ont été exploités.

Conclusions

Conclusions

- **Une légère hausse des acheteurs de sapins de Noël en 2011** : 22,9% des foyers français, vs 21,6% en 2010 et 22,3% en 2009.
19,3% ont acheté un sapin naturel (18% en 2010, 18,5 en 2009) et 3,6% un sapin artificiel.
- **Le marché est toujours davantage porté par les Nordmanns**, qui continuent leur progression au détriment des Epicéas.
Ils représentent en 2011 **pratiquement 70% des achats et 80% des dépenses** de sapins naturels.
- En corollaire de cette prédominance croissante des Nordmanns, plus onéreux que les Epicéas (27,9€ en moyenne vs 16,7€), le prix moyen des sapins augmente : **24,7€ en 2011**, vs 24€ en 2010, et 23,2€ en 2009.
- Par ailleurs, **les GMS restent le principal lieu d'achat des sapins naturels** avec un tiers des achats. Les **jardineries spécialisées**, qui arrivent en second, sont nettement préférées pour les achats de Nordmanns.
- Enfin, **la proposition de rapporter pour recyclage le sapin acheté** en bénéficiant d'un bon d'achat représenterait **pour la majorité une incitation à l'achat** d'un sapin naturel, pour autant que les intentions se maintiennent dans la pratique.

Le marché du Sapin de Noël

Les foyers acheteurs de sapins en 2011: un profil constant au fil des années

Les acheteurs de sapins en 2011 : 22,9% des foyers français

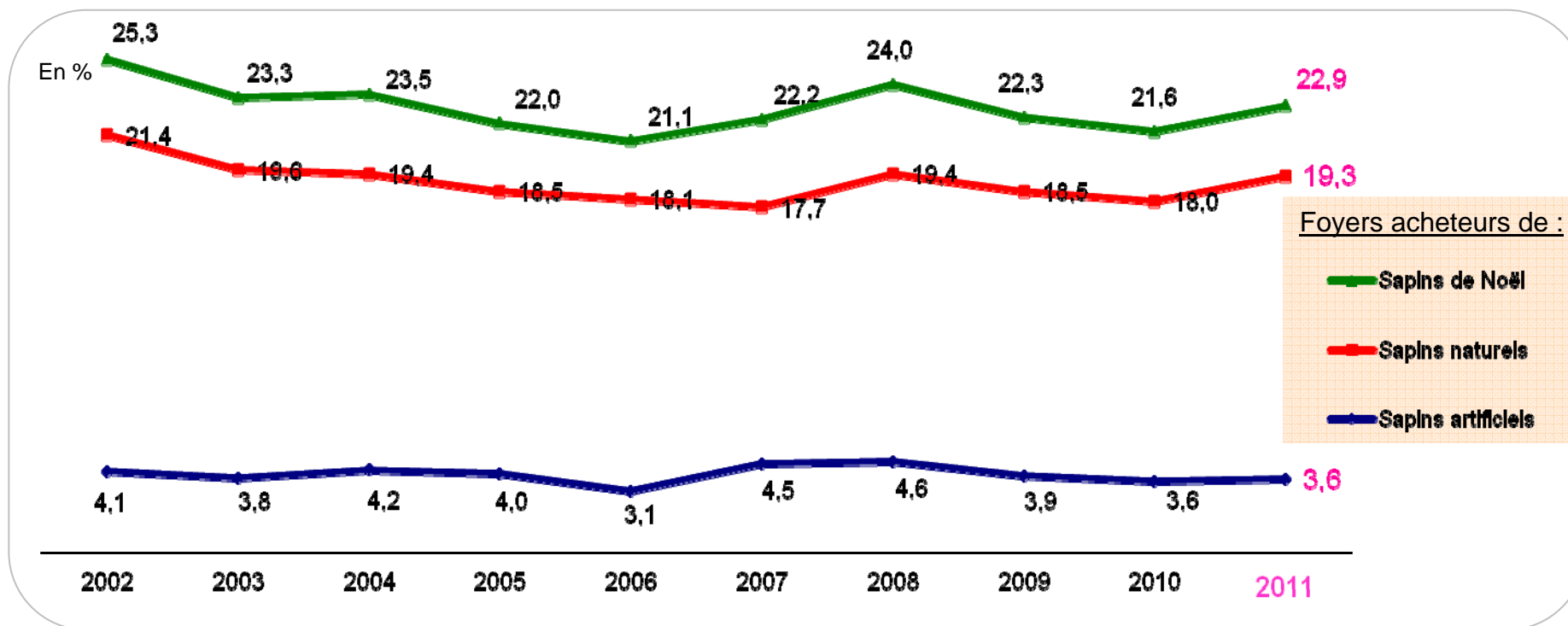


Ce sont plus volontiers :

- des foyers composés de 3 personnes ou plus,
- avec au moins un enfant,
- habitant dans la région parisienne,
- dont le chef de ménage est PCS+ et âgé de moins de 50 ans.

Un peu plus d'un foyer sur cinq achète un sapin de Noël

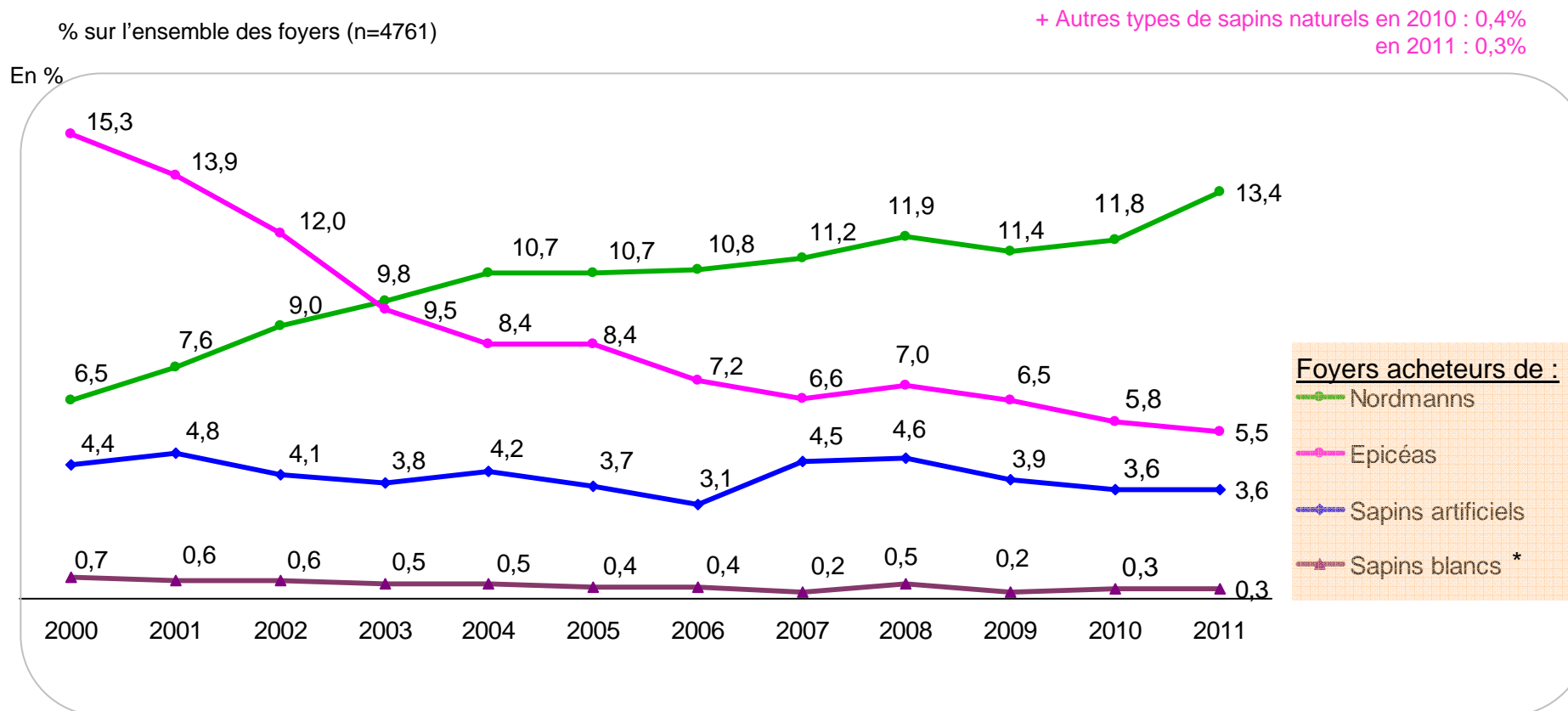
- Une légère hausse du taux d'acheteurs de sapins de Noël en 2011: 22,9 % des foyers, 19,3 % pour les sapins naturels.
- Le nombre moyen de sapins achetés par foyer reste stable au fil des années : 1,05 en 2011



Base: Ensemble des foyers (n = 4761)

Des foyers toujours davantage acheteurs de Nordmanns ...

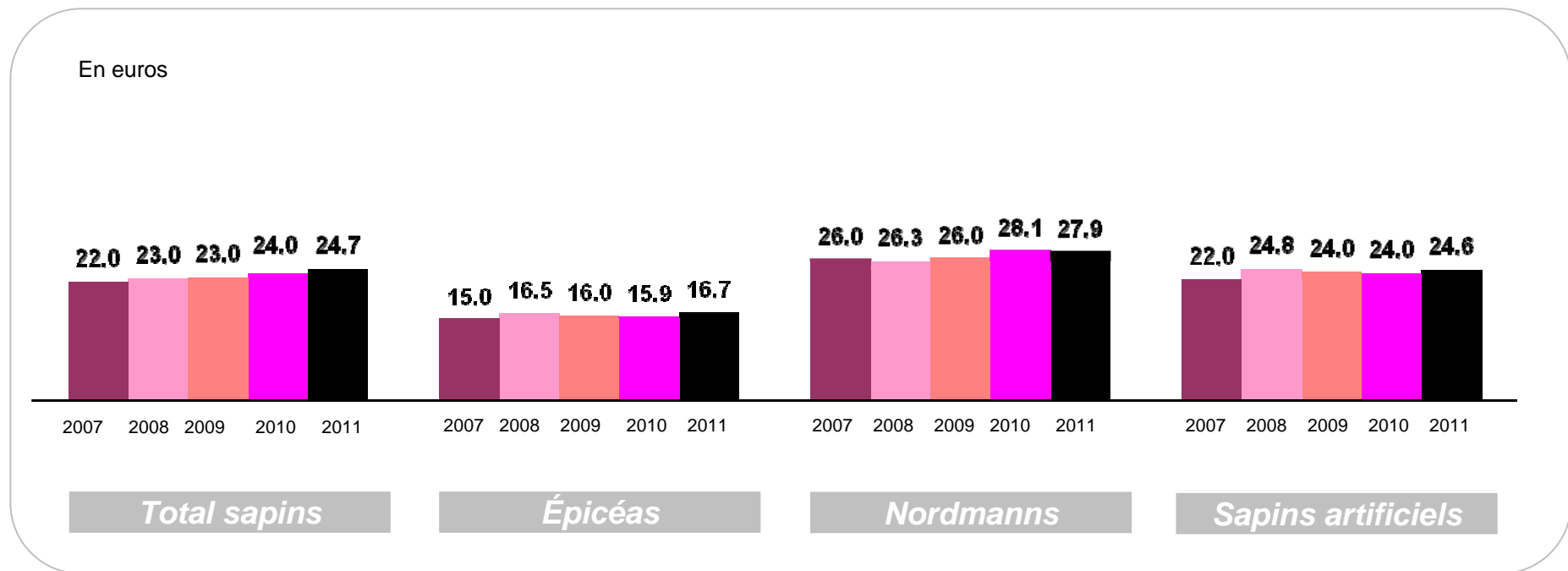
- Les foyers acheteurs de sapins de Noël en décembre 2011 sont encore plus nombreux à privilégier les Nordmanns (13,4% des foyers français en 2011), au détriment des Epicéas, pour lesquels la tendance à la baisse perdure.



* La base est faible, les résultats sont à observer avec prudence

... qui dépensent en moyenne 24,7 € pour un sapin en 2011

- On observe une légère progression des prix au fil des années, le prix des Nordmanns demeurant nettement plus élevé que celui des Épicéas.



Base: Ensemble des sapins achetés (n=1146)

Le marché des sapins naturels

Les foyers acheteurs de sapins naturels : un profil stable dans le temps et similaire à celui de l'ensemble des acheteurs de sapins

Les acheteurs de sapins naturels en 2011 : 19,3% des foyers français



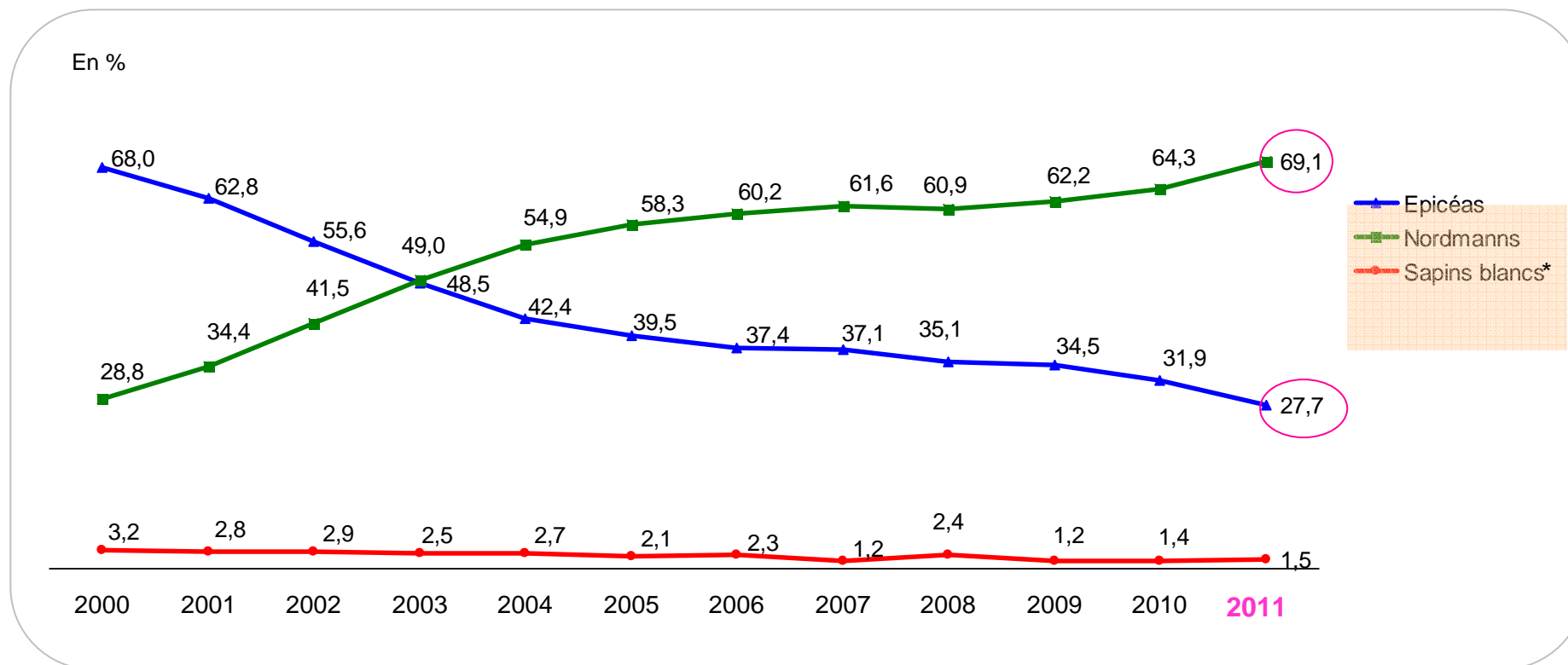
Ce sont plus volontiers :

- des foyers composés de 3 personnes ou plus,
- avec au moins un enfant,
- habitant dans la région parisienne,
- dont le chef de ménage est PCS+ et âgé de moins de 50 ans.

Au niveau des sapins achetés, les Nordmanns continuent leur progression, à la fois en volume ...

Base: Ensemble des sapins naturels (n=963)

+ Autres types de sapins naturels en 2010 : 2,4%
en 2011 : 1,7%



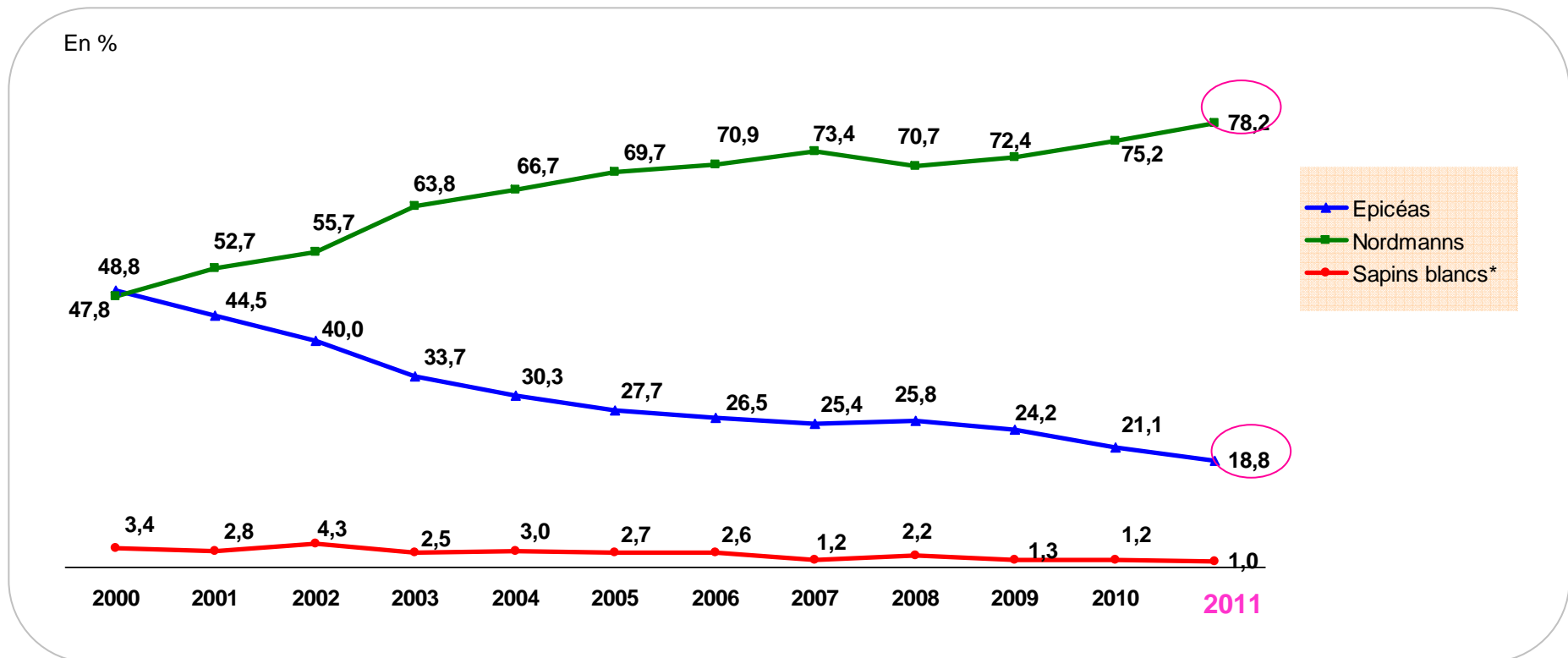
○ Évolution significative par rapport à 2010

* La base est faible, les résultats sont à observer avec prudence

... et en valeur

Près de 80% des sommes dépensées pour les achats de sapins naturels concernent les Nordmanns.

+ Autres types de sapins naturels en 2010 : 2,4%
en 2011 : 2%



Base: Ensemble des sapins naturels (n=963)

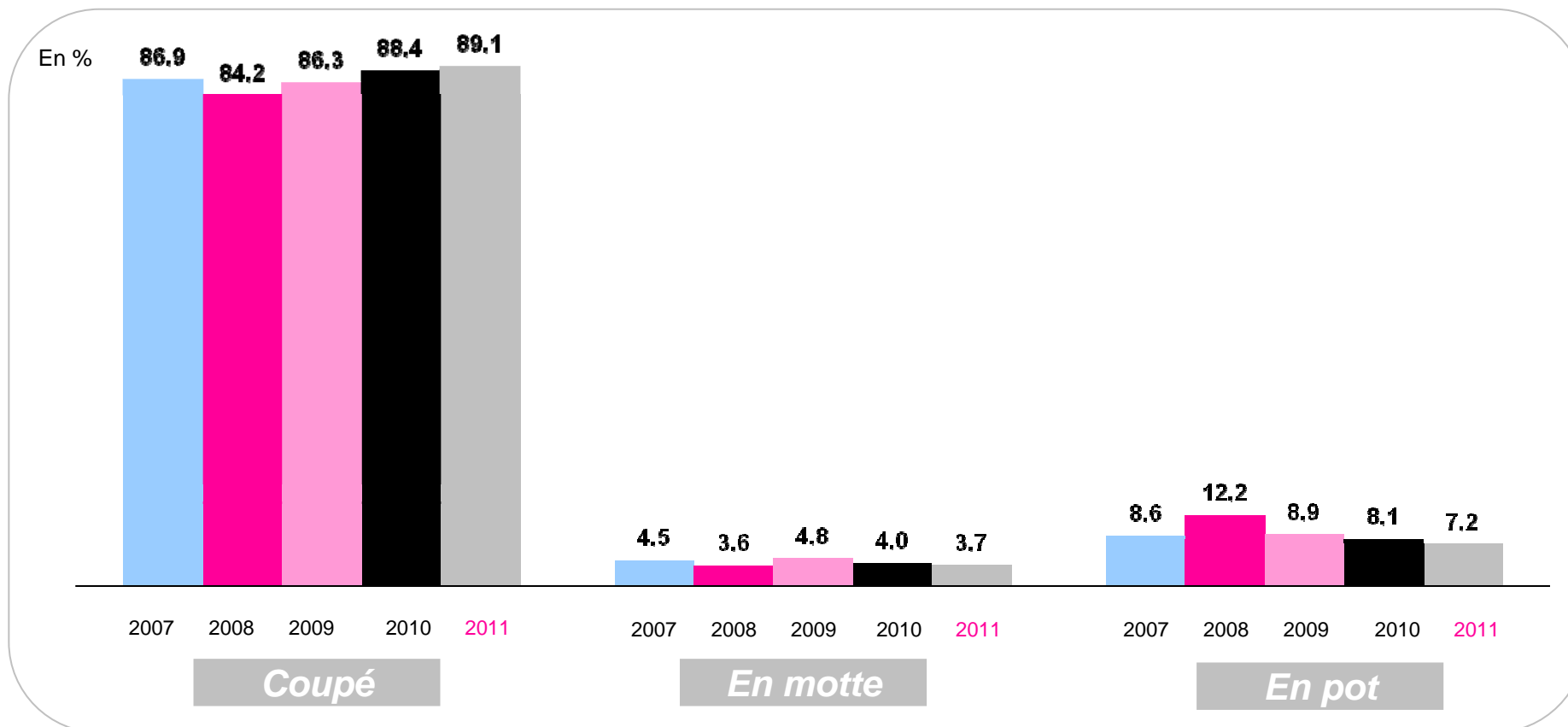
* La base est faible, les résultats sont à observer avec prudence.

○ Évolution significative par rapport à 2010

La présentation des sapins naturels : ils sont en très grande majorité achetés coupés ...

Résultats en volume

- Une part très élevée de sapins naturels coupés (89,1% en 2011) et qui a tendance à progresser.
- Le taux de sapins achetés en pot continue à diminuer (7,2% en 2011).

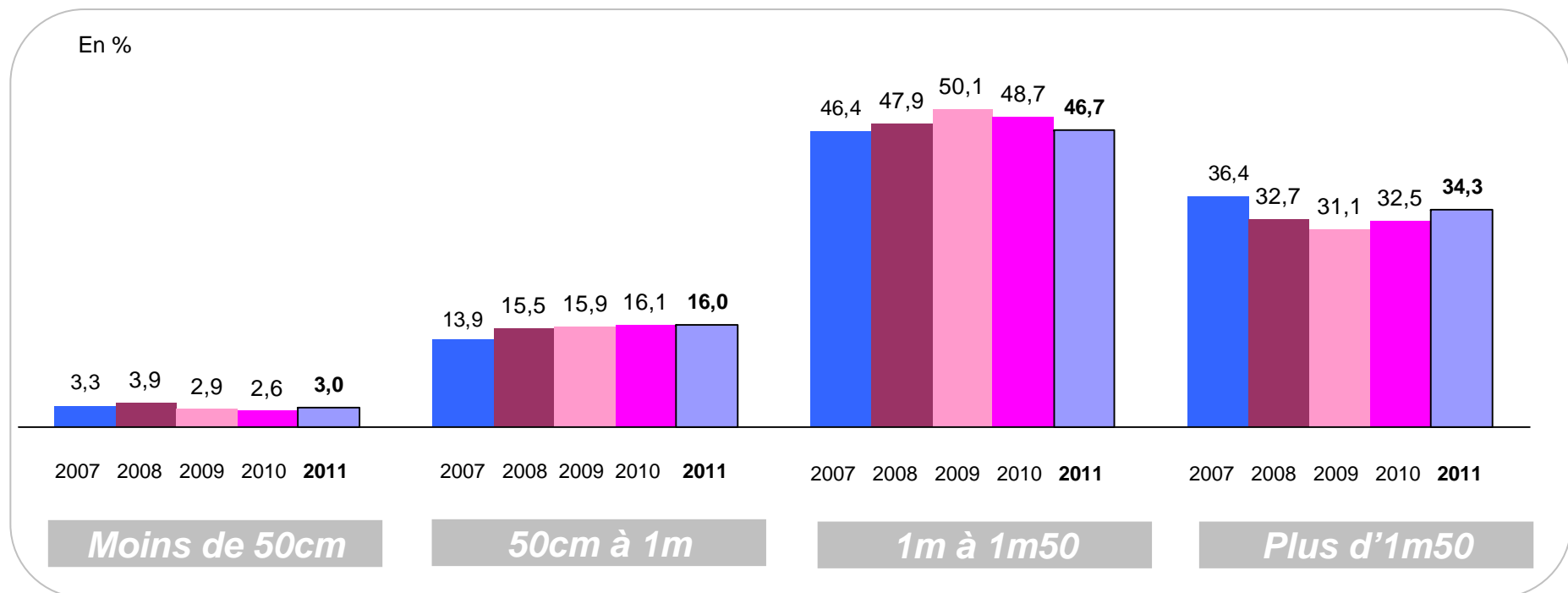


Base: Ensemble des sapins naturels (n= 963)

La moitié des sapins mesure entre 1m et 1m50, le tiers plus d'1m50

Résultats en volume

- La taille des sapins naturels reste globalement stable. Tout au plus peut-on observer une légère augmentation des sapins de plus d'1m50.



Base: Ensemble des sapins naturels (n=963)

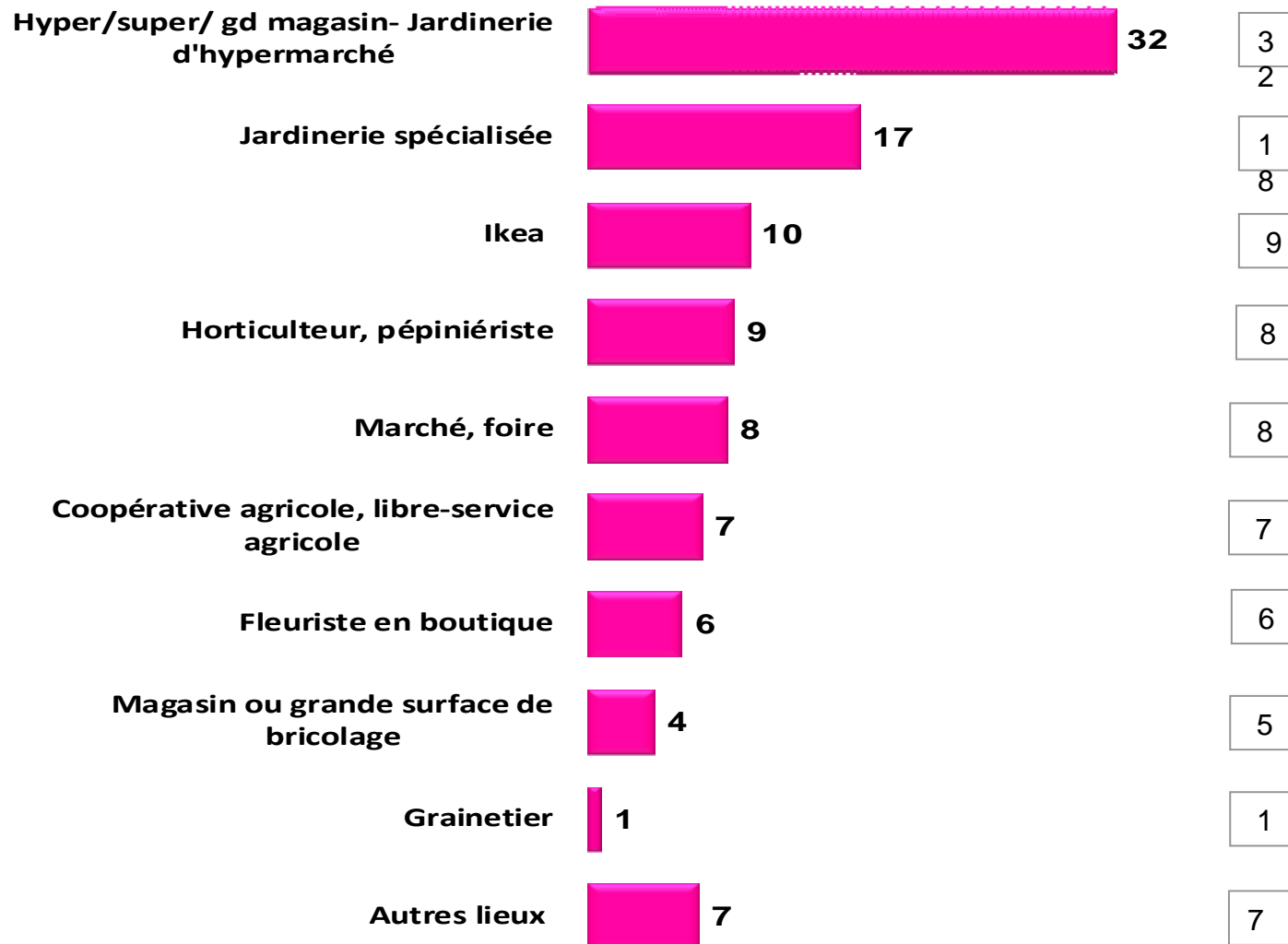
Les GMS restent le principal canal pour l'achat des sapins naturels

Résultats en volume

Lieux d'achat des sapins naturels 2011

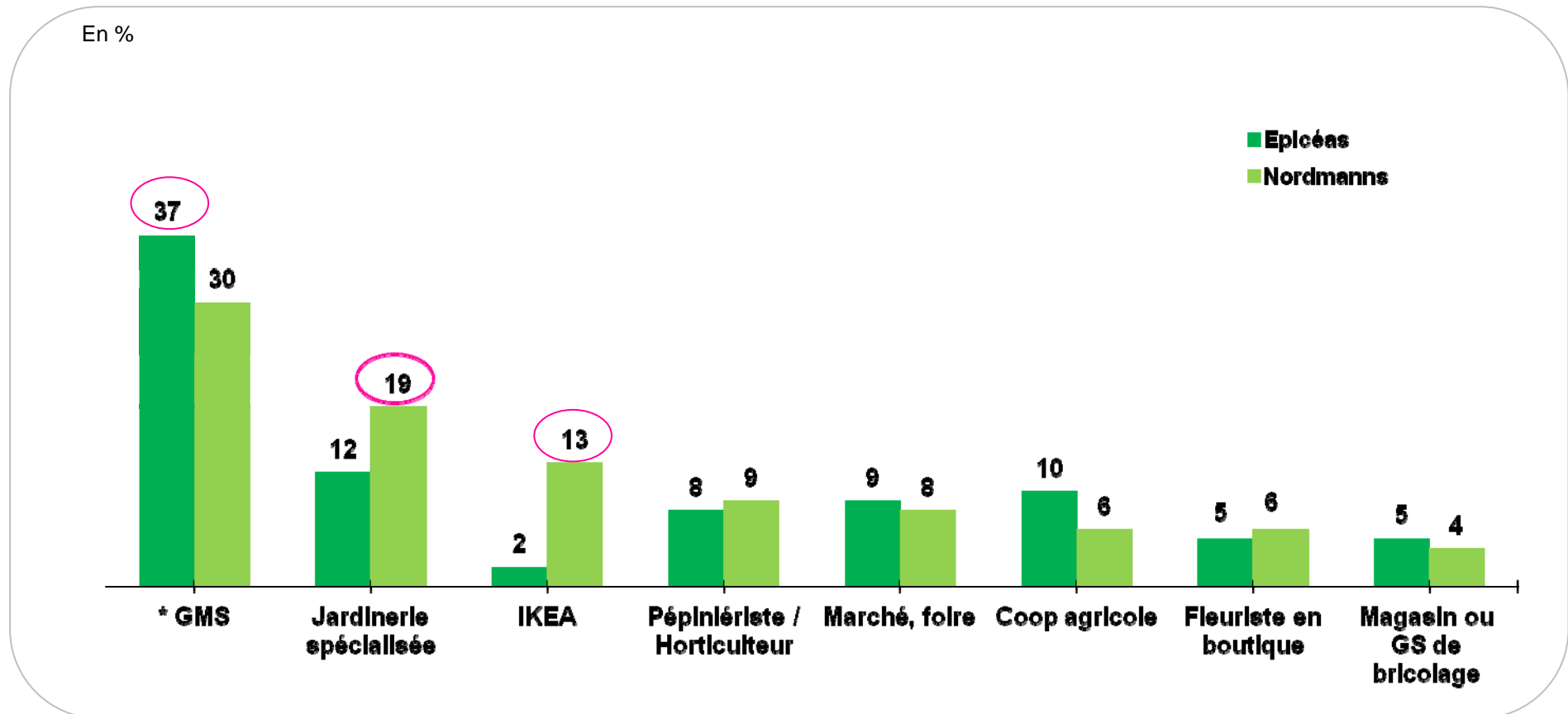
Rappel 2010

En %



Les GMS encore plus privilégiées pour l'achat d'Épicéas, les jardinerie spécialisées et Ikea préférés pour les Nordmanns

Résultats en volume

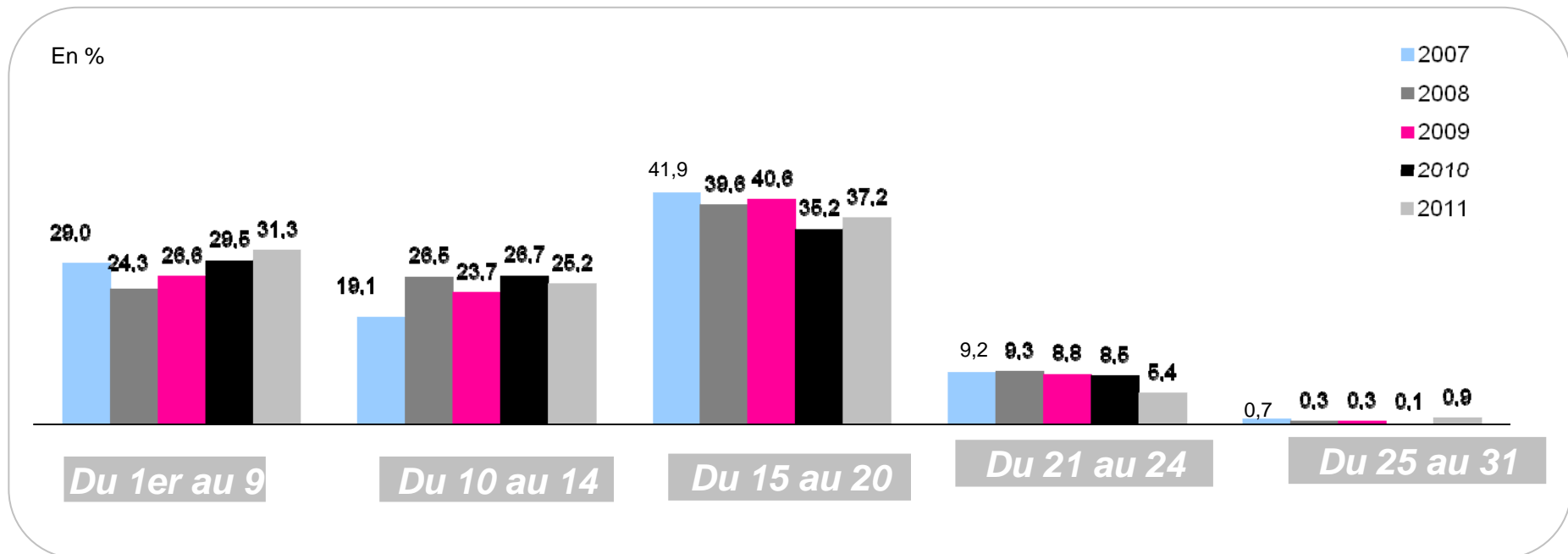


- GMS : Hyper / Super / Grand magasin, y compris jardinerie d'hypermarché
- Base : ensemble des sapins naturels (n=963)

Les achats se font toujours le plus fréquemment entre le 15 et le 20 décembre

Résultats en volume

- Globalement, on observe depuis 2009 une tendance à l'augmentation des achats anticipés (entre le 1^{er} et le 9 décembre) et à la baisse des achats tardifs (à partir du 21 décembre).



Base: Ensemble des sapins naturels (n=963)

Le marché des sapins artificiels

Les résultats présentés pour les sapins artificiels sont établis sur une base faible et sont à observer avec prudence.

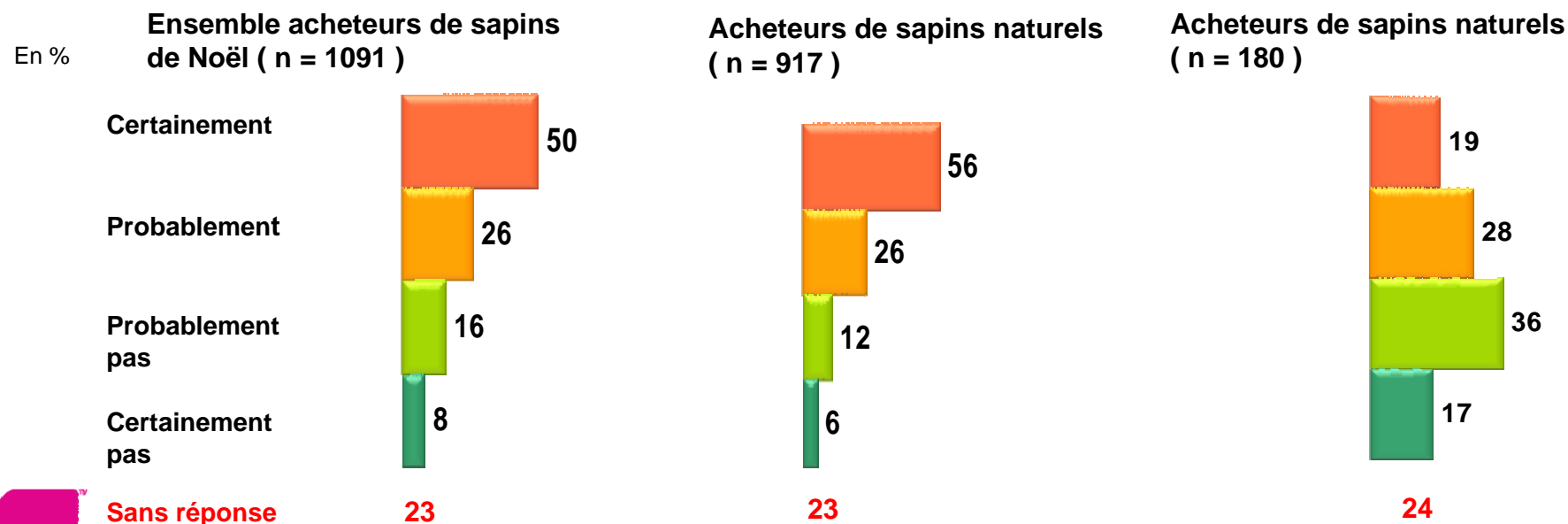
Les sapins artificiels en 2011

- **3,6% des foyers français** ont acheté un sapin artificiel.
Le profil de ces acheteurs est stable : plus volontiers des foyers avec enfants et dont le chef de ménage est PCS -.
- Les sapins artificiels ont une **taille moins élevée** que les sapins naturels :
30% mesurent au maximum 1 m (vs 20% des sapins naturels).
- **Les grandes surfaces** (hypermarchés-supermarchés ou jardinerie d'hypermarché) **ont une part encore plus grande** que pour les sapins naturels : pratiquement la moitié y sont achetés, tandis que près du quart des achats se fait dans les **magasins de décoration et d'aménagement de la maison**, et 1 sur 10 dans une **jardinerie spécialisée**.
- Et, comme il est logique, **les achats sont davantage anticipés** : entre le 1^{er} et le 9 décembre pour la moitié d'entre eux (vs environ 30% pour les sapins naturels).

Influence de la possibilité du recyclage (avec bon d'achat) sur les achats de sapins naturels

Proposition de recyclage des sapins naturels (avec bon d'achat) : un accueil favorable

- Certains points de vente proposent aux acheteurs de sapins naturels de rapporter leur sapin pour recyclage et ainsi de bénéficier d'un bon d'achat.
- Cette proposition recueillie auprès des acheteurs de sapins de Noël une **large majorité d'avis positifs** : la moitié d'entre eux déclarent qu'ils seraient ainsi « certainement » incités à acheter un sapin naturel et un quart « probablement ». Elle intéresse plus volontiers les jeunes, et aussi, comme on peut s'y attendre, la quasi-totalité des acheteurs d'Ikea.
- Un bémol : le taux important de non-réponse à cette question (23%) indique qu'une partie non négligeable des acheteurs ne se sent pas concernée.
- Cette mesure, si les intentions se maintiennent dans la pratique, pourrait constituer un élément de fidélisation des acheteurs actuels de sapins naturels. Ces derniers ont en effet répondu nettement plus favorablement que les acheteurs de sapins artificiels, dont la conquête serait plus difficile : une petite moitié d'entre eux seulement se dit intéressée.



Annexe

Structure socio-démographique des ménages en 2011

REGIONS DE RESIDENCE

Région Parisienne	17%
Nord	6%
Est	9%
Bassin Parisien Est	8%
Bassin Parisien Ouest	9%
Ouest	14%
Sud-Ouest	12%
Sud-Est	12%
Méditerranée	13%

NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER

1 personne	34%
2 personnes	34%
3 personnes	14%
4 personnes	13%
5 personnes et plus	6%

HABITAT

Rural	26%
2 000 à 20 000 habitants	18%
20 000 à 100 000 habitants	14%
100 000 habitants et plus	29%
Agglomération parisienne	15%

AGE DU CHEF DE MENAGE

Moins de 35 ans	18%
35 à 44 ans	17%
45 à 54 ans	19%
55 à 64 ans	18%
65 ans et plus	28%

PROFESSION ET CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE MENAGE

Exploitant agricole	1%
Commerçant, artisan et chef d'entreprise (10 salariés et plus)	5%
Profession libérale, cadre supérieur, profession artistique	12%
Profession intermédiaire, contremaître, clergé	15%
Employé, personnel service aux particuliers, police et armée	11%
Ouvrier (OS, OQ, OHQ, O. agricole)	16%
Inactif	41%