

Panel végétaux d'intérieur, d'extérieur,
pour le cimetière et les obsèques.

Bilan de l'année 2013



TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2013

© TNS



Introduction

1 Végétaux d'ornement dans leur ensemble : un marché en recul.

- circuits d'achat : la grande distribution gagne des parts de marché.

2 Végétaux d'intérieur : les signes d'une reprise ?

- la reprise portée par l'envie d'offrir des végétaux

3 Végétaux d'extérieur : forte baisse en 2013 sur tous les indicateurs

- la Grande Distribution performe en volume d'achat

4 Végétaux pour le cimetière et les obsèques : maintien de l'activité pour la Toussaint, événement majeur de ce marché.

Introduction



Méthodologie de recueil du panel consommateur



Echantillon

- 7000 ménages interrogés sur les 3 sujets depuis 2011 (méthode des quotas : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge du chef de ménage, catégorie socio-professionnelle du chef de ménage, nombre de personnes au foyer)



Questionnaire

- 3 sujets sur un seul support de 4 pages + 1 page de liste-réponses



Mode de recueil

- auto-administré, adressé par voie postale aux ménages sélectionnés dans le Panel Consommateurs de TNS Sofres : Metascope.



Terrain

- Chaque mois (rétrospectif) dans la vague mensuelle du panel, de janvier à décembre 2013

Analyses du panel consommateur



▪ 2 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, PMG,...)



▪ Des sous-totaux pour de nouveaux indicateurs sur les circuits

Professionnels des végétaux

Fleuristes
E-fleuristes
Jardineries spécialisées
Coopératives agricoles, libre service
Sur l'exploitation
Grainetiers
VPC

Les généralistes

Hypermarchés, supermarchés et supérettes
Magasins de bricolage et de décoration
Jardineries d'hypermarchés
Marchés et foires
Autres lieux

(Solderie, association école, station service etc....)

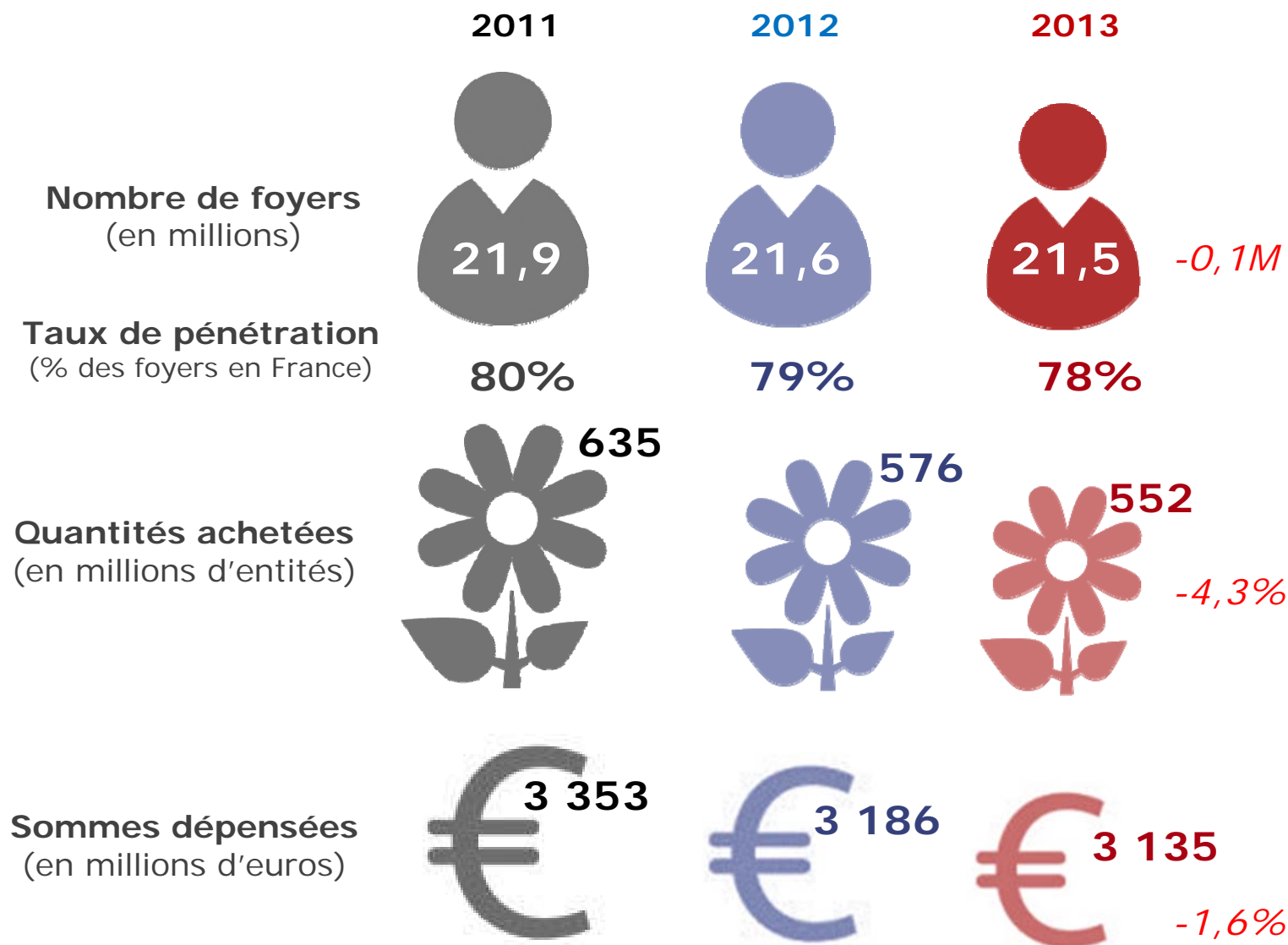
Grande distribution = *Hypermarchés, supermarchés et supérettes+ jardineries d'hypermarchés*

1

L'ensemble du marché des végétaux
en 2013 : des indicateurs dans le rouge



Un recul du nombre de foyers acheteurs depuis 2011 et des indicateurs volume et valeur du marché des végétaux.



Rappel : en 2013 en France, 27,6 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Le comportement d'achat s'érode depuis 3 ans

PANIER MOYEN ANNUEL

Nombre
moyen
de végétaux
par acheteur



Somme
moyenne
dépensée
par acheteur



2011

24,7

127,7 €

5,2 €

2012

23,5 ^{-1,2}

123,7 € ^{-4,0€}

5,3 € ^{+0,1€}

2013

22,6 ^{-0,9}

123,1 € ^{-0,6€}

5,4 € ^{+0,1€}

Soit en prix moyen par végétal :

Base : ménages acheteurs

Versus 2012, plus de foyers aux revenus intermédiaires parmi les non acheteurs de végétaux en 2013 : effet rationalisation ?

		Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	Non acheteurs de végétaux
Base		7000	5462	1538
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	16%	22%
	35-49 ans	26%	25%	32%
	50-64 ans	28%	29%	23%
	65 ans et plus	29%	31%	23%
PCS du chef de famille	PCS+	32%	33%	31%
	PCS-	27%	25%	35%
	Inactif	41%	43%	34%
Revenus	Moins de 1500€	22%	19%	31% +
	1501 à moins de 3000€	49%	49%	48%
	3001€ et plus	29%	32%	21%
Taille du foyer	1 personne	35%	31%	45%
	2 personnes	33%	36%	25%
	3 personnes	14%	15%	12%
	4 personnes et plus	18%	18%	18%
Région	Région parisienne	18%	18%	20%
	Nord-Est	22%	23%	21%
	Ouest	23%	24%	20%
	Sud-ouest	12%	11%	12%
	Sud-est	25%	24%	27%
Logement	Maison	61%	64%	44%
	Appartement	39%	36%	56%



Comment rajeunir la cible des acheteurs ?



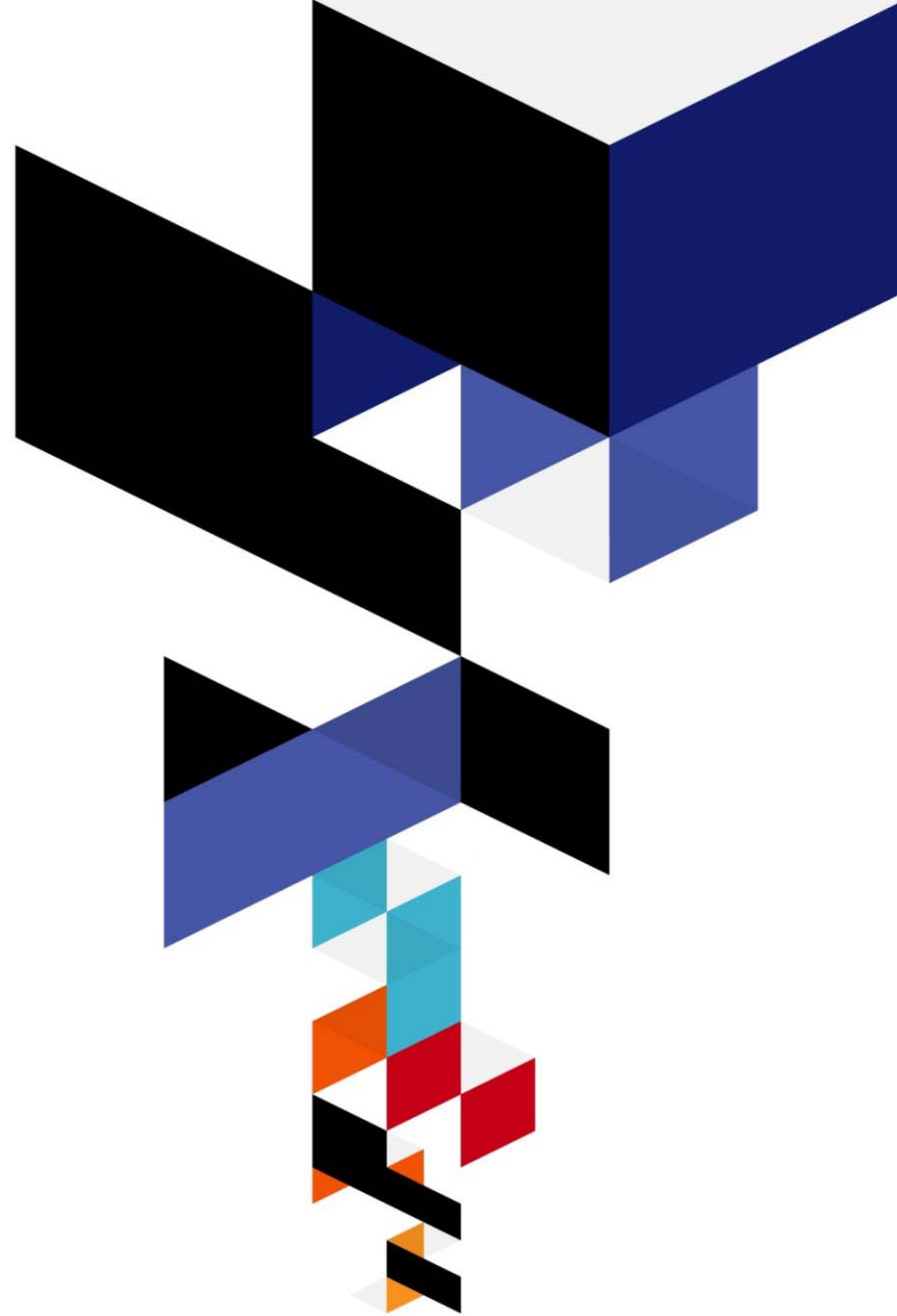
Comment arriver à satisfaire tous les budgets ?



Comment faire progresser l'envie de vert chez les citoyens ?

XX% : significativement > moyenne
 XX% : significativement < moyenne
 + : significativement > 2012

Circuits d'achat : la grande distribution
gagne des parts de marché.



Versus 2012, hausse des ménages acheteurs de végétaux en Grande Distribution. A l'inverse les ménages acheteurs se sont moins rendus en 2013 dans les exploitations.

En % acheteurs

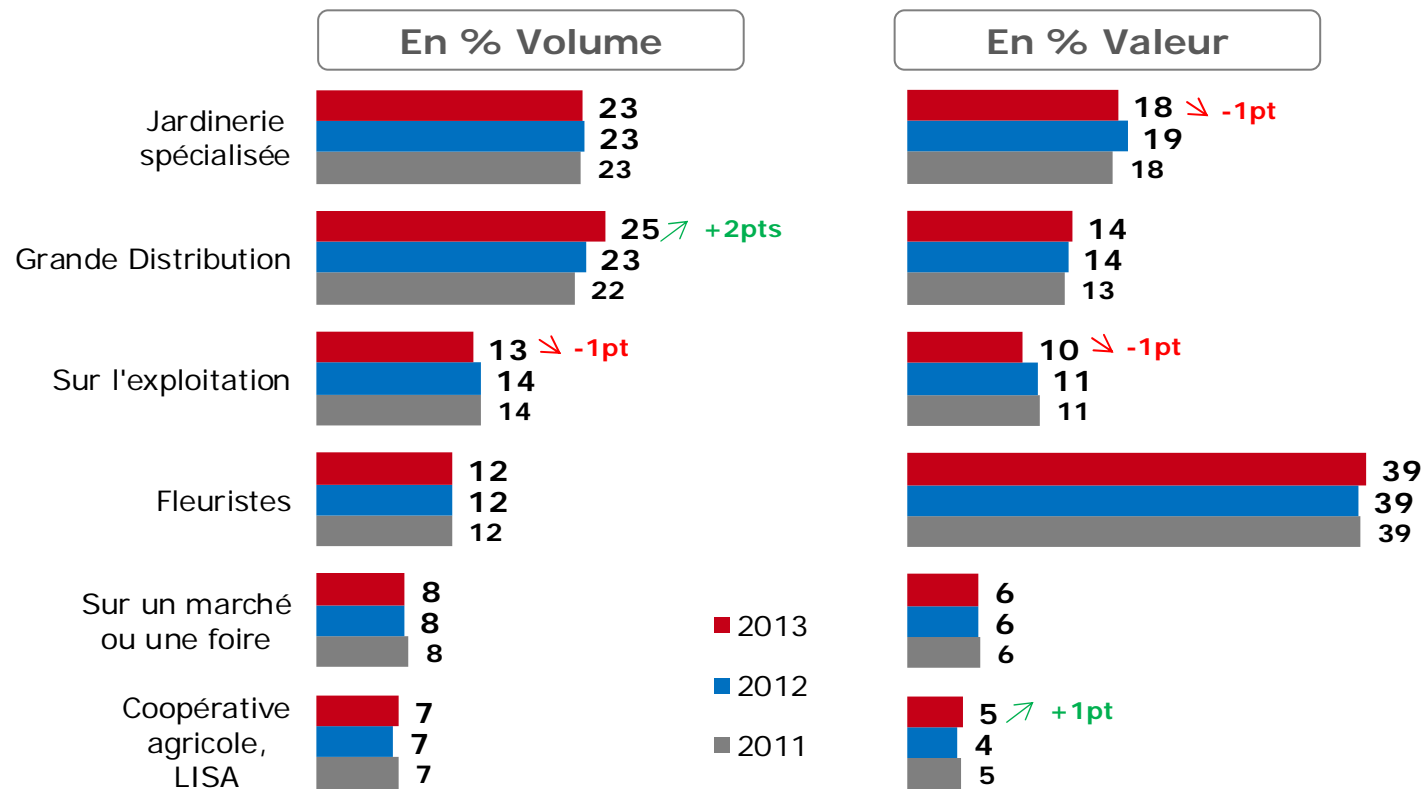


En millions d'acheteurs : la grande distribution recrute dans le marché des végétaux d'ornement

↗ Hausse constatée versus 2012
↘ Baisse constatée versus 2012

Base : ménages acheteurs

En quantités achetées, la Grande distribution est en hausse constante depuis 2011, les fleuristes se maintiennent en valeur.




Professionnels des végétaux





↗ Hausse constatée versus 2012
↘ Baisse constatée versus 2012

Base : ensemble des végétaux



Le panier moyen en Grande distribution est stable depuis 3 ans : sa progression se fait donc essentiellement en recrutant des acheteurs pour le circuit.

	Exploitation horticole		
	2011	2012	2013
Nombre moyen 	15,2	14,7	14,0 -0,7
Somme moyenne 	63,5€	58,7€	56,0€ -2,7



Prix moyen autours de 4,0€

	Jardinerie spécialisée		
	2011	2012	2013
Nombre moyen 	13,6	13,0	13,8 +0,8
Somme moyenne 	56,0€	58,4€	56,5€ -1,9

Prix moyen autours de 4,5€

	Grande Distribution		
	2011	2012	2013
Nombre moyen 	10,4	10,4	10,3 -0,1
Somme moyenne 	32,5€	32,5€	32,5€ =

Prix moyen autours de 3,0€

	Fleuriste		
	2011	2012	2013
Nombre moyen 	4,4	4,2	4,1 -0,1
Somme moyenne 	77,6€	75,6€	77,9€ +2,3

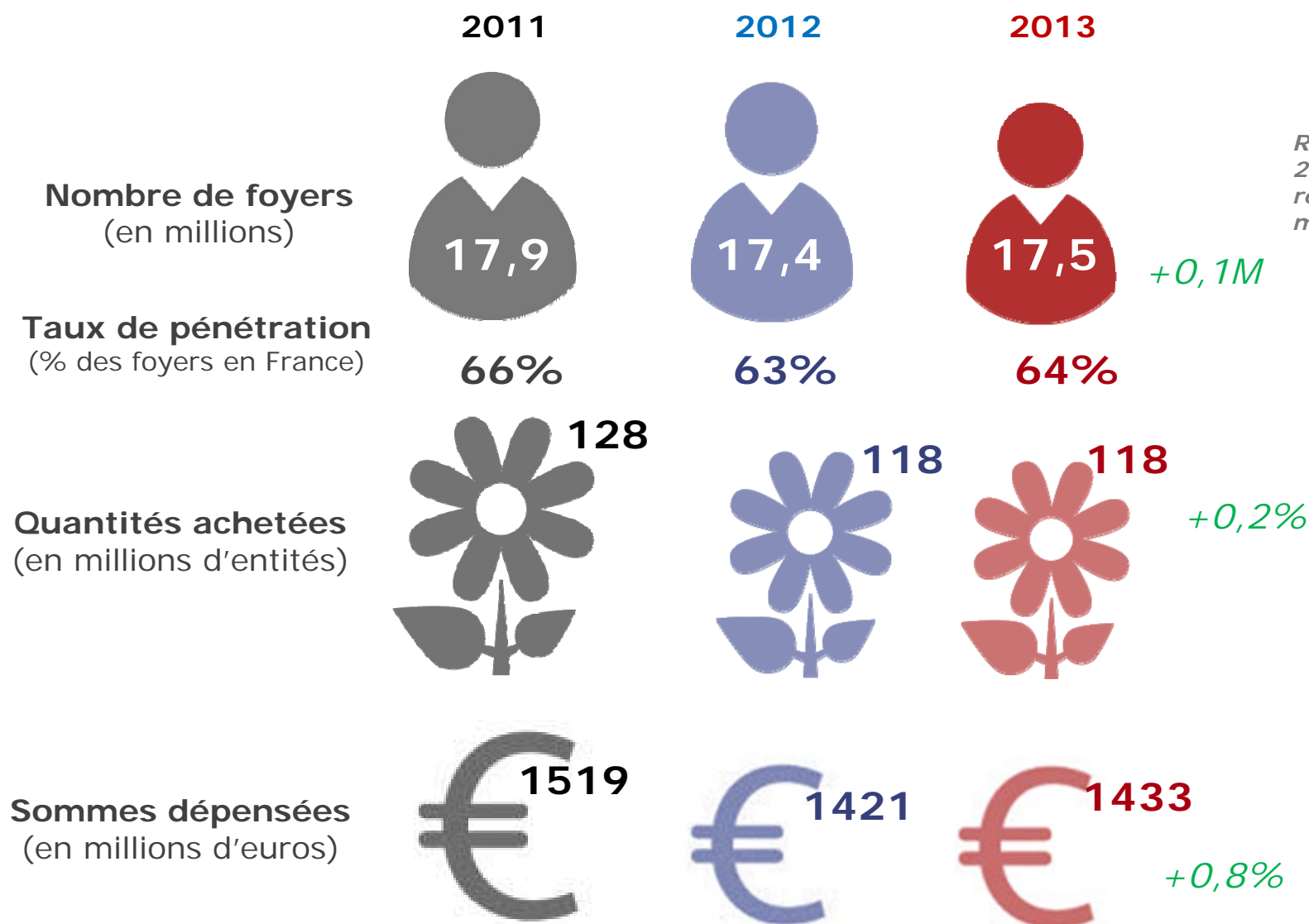
Prix moyen autours de 18,0€

2

Végétaux d'intérieur : les signes d'une reprise ?

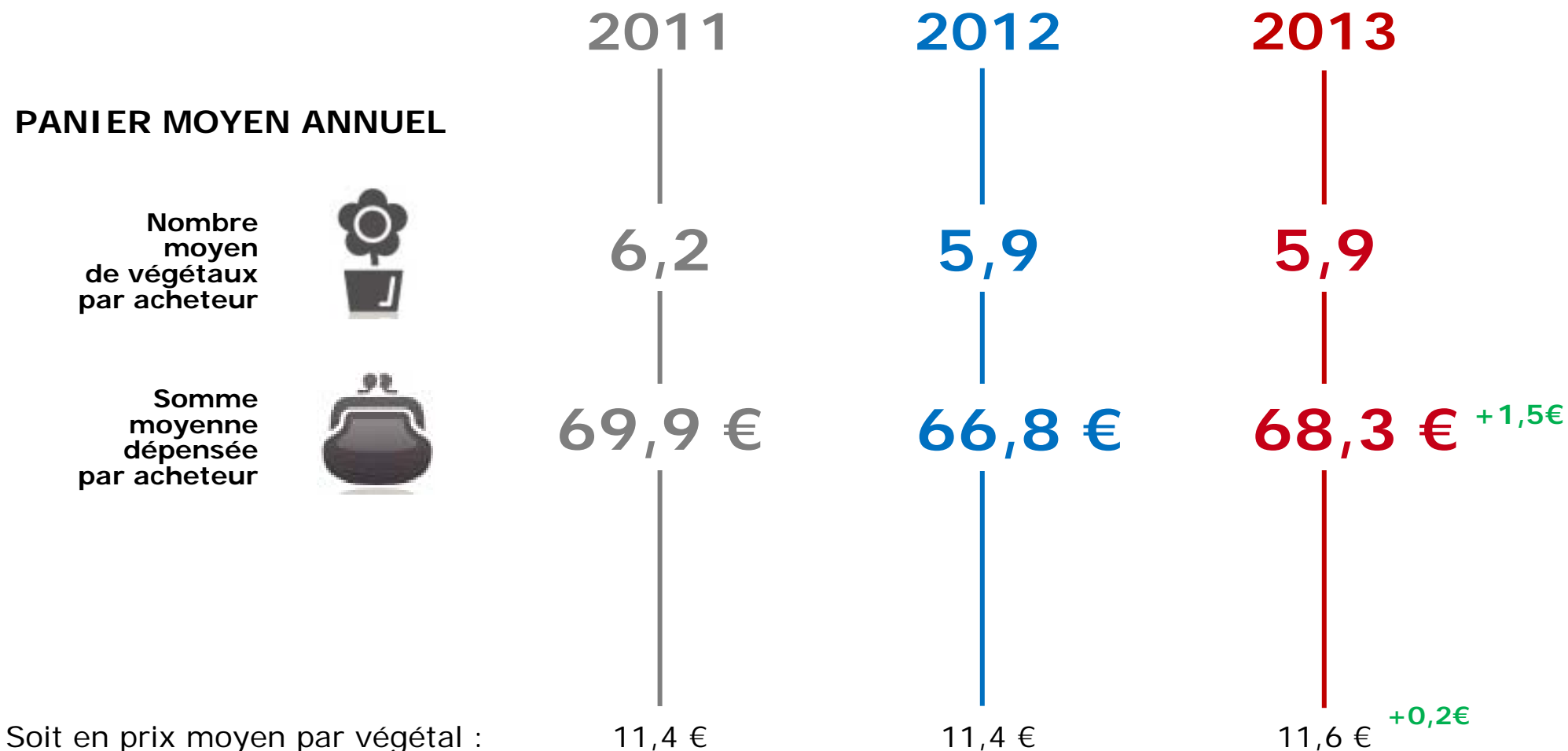


Seul le marché des VI est sensiblement en hausse par rapport à 2012 aussi bien en nombre de foyers acheteurs que sur les indicateurs volume et valeur



Rappel : en 2013 en France, 27,6 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

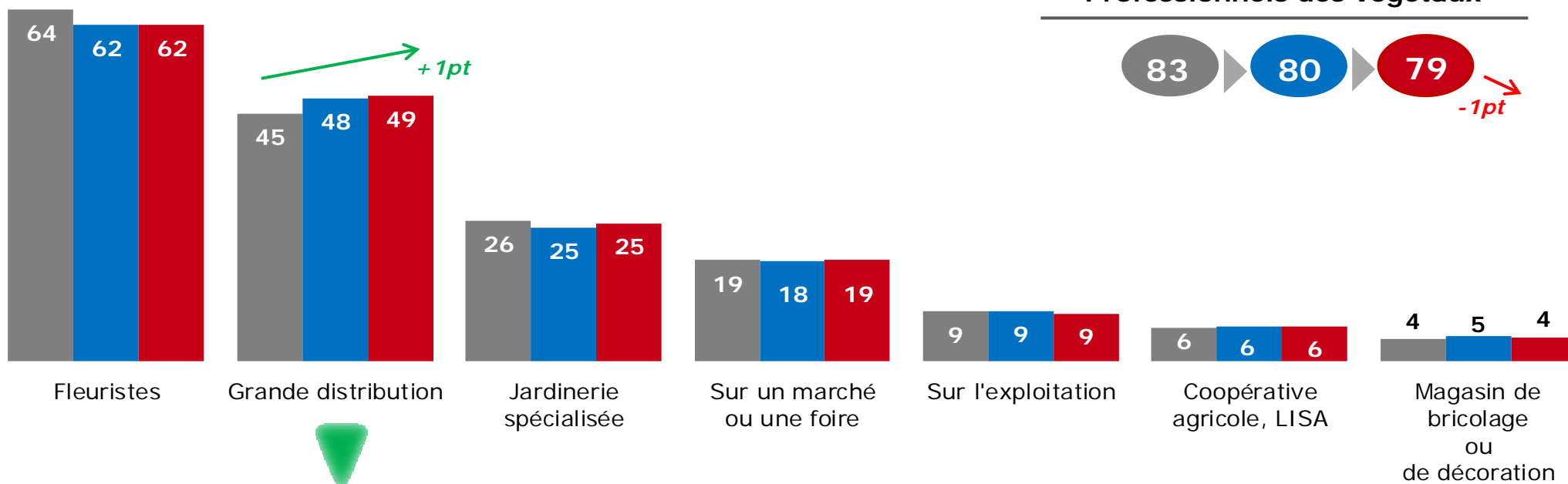
Le budget consacré à l'achat de végétaux d'intérieur gagne 1,5€ par rapport à 2012 mais reste inférieur à celui de 2011



En 2013, **presque la moitié des acheteurs de VI** ont réalisé au moins 1 achat en **Grande distribution**, une tendance en hausse depuis 2011, mais le fleuriste reste le 1^{er} lieu fréquenté par les ménages acheteurs de VI

En % acheteurs VI

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013

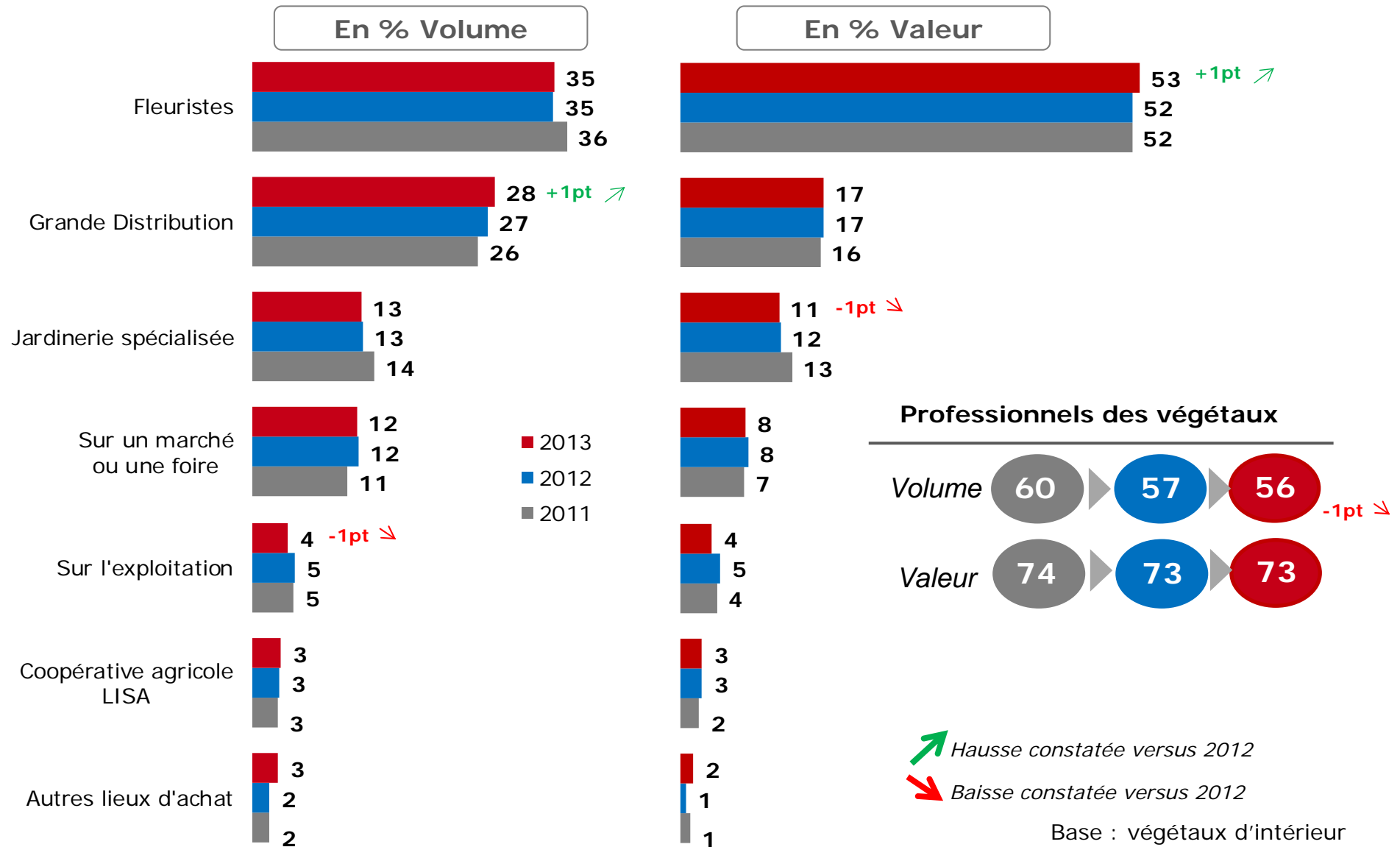


8,2 ► 8,3 ► 8,6

En millions d'acheteurs : la Grande distribution a gagné 0,3M d'acheteurs en 2013.

Hausse constatée versus 2012
 Baisse constatée versus 2012

En quantités achetées, seule la Grande distribution gagne des parts de marché.
En sommes dépensées, les fleuristes se maintiennent



Le nombre d'acheteurs de bottes déjà préparées est en progression constante depuis 2011. En 2013, presque la moitié des acheteurs de VI ont acheté au moins une botte de fleurs déjà préparée



Plantes en pot

	2011	2012	2013	
Acheteurs (en %)	78	77	77	
Volume (en %)	55	54	54	=
Valeur (en %)	45	45	45	=



Fleurs coupée à la pièce

	2011	2012	2013	
Acheteurs (en %)	64	64	64	=
Volume (en %)	16	16	15	- 1pt
Valeur (en %)	20	20	20	=



Bottes déjà préparées

	2011	2012	2013	
Acheteurs (en %)	43	44	46	+2pts
Volume (en %)	22	23	24	+1pt
Valeur (en %)	19	18	18	=



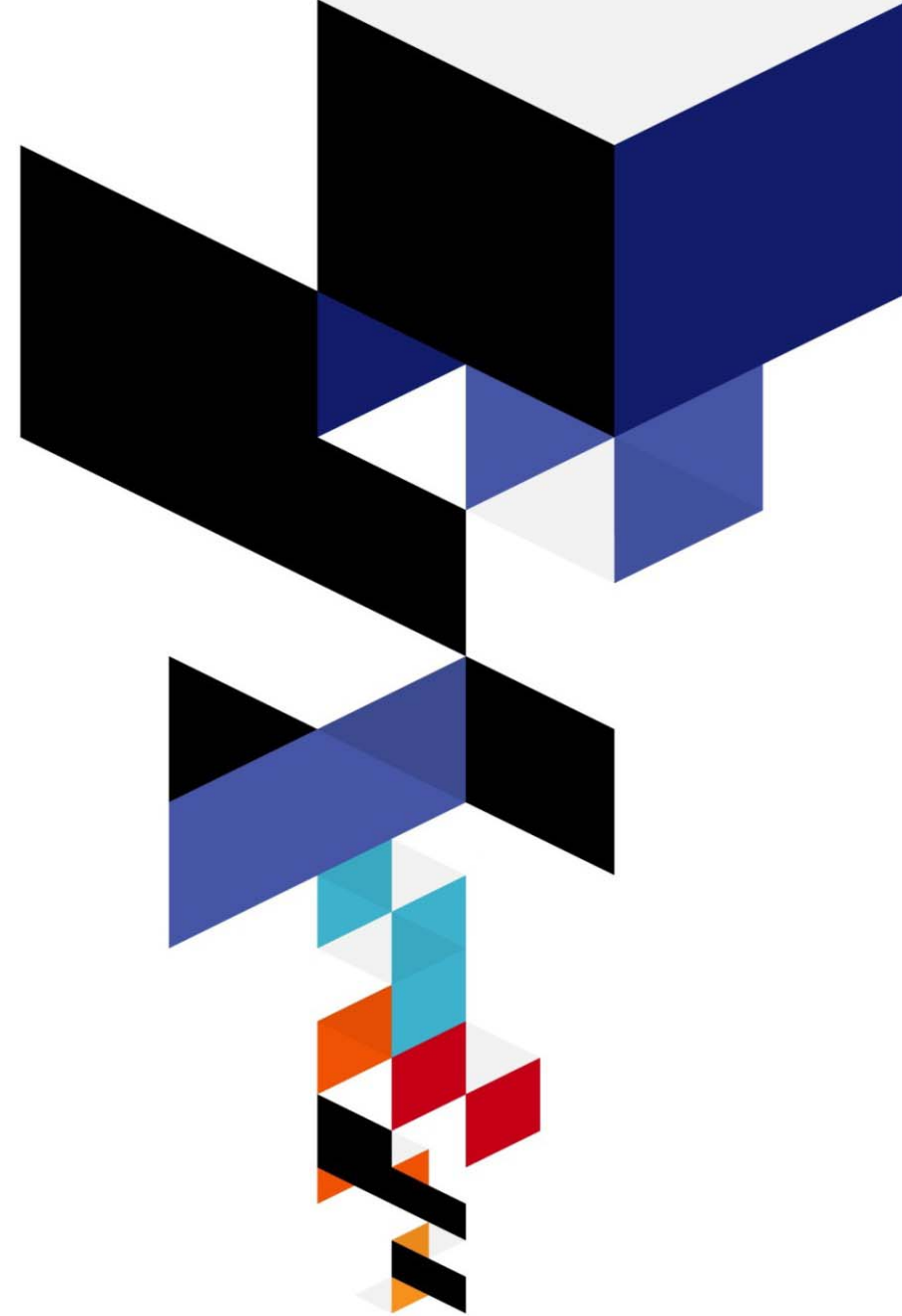
Au sein des bottes préparées, la grande distribution génère 44% des volumes et 29% des sommes dépensées



Présentations florales

	2011	2012	2013	
Acheteurs (en %)	23	21	21	=
Volume (en %)	6	6	6	=
Valeur (en %)	15	16	16	=

La reprise du marché des végétaux
d'intérieur portée par l'envie d'offrir.



Versus 2012, progression des acheteurs de VI aussi bien pour offrir que pour eux-mêmes mais des indicateurs en volume et en valeur uniquement en hausse pour offrir



Pour offrir

	2011	2012	2013
Acheteurs (en %)	85	85	86 +1pt
Volume (en %)	59	58	59 +1pt
Valeur (en %)	73	73	74 +1pt



A une personne du foyer

2011	2012	2013
33	32	33 +1pt
13	12	12
15	15	16 +1pt



A une personne hors du foyer

2011	2012	2013
76	76	78 +2pts
46	46	47 +1pt
58	58	58



Pour soi-même

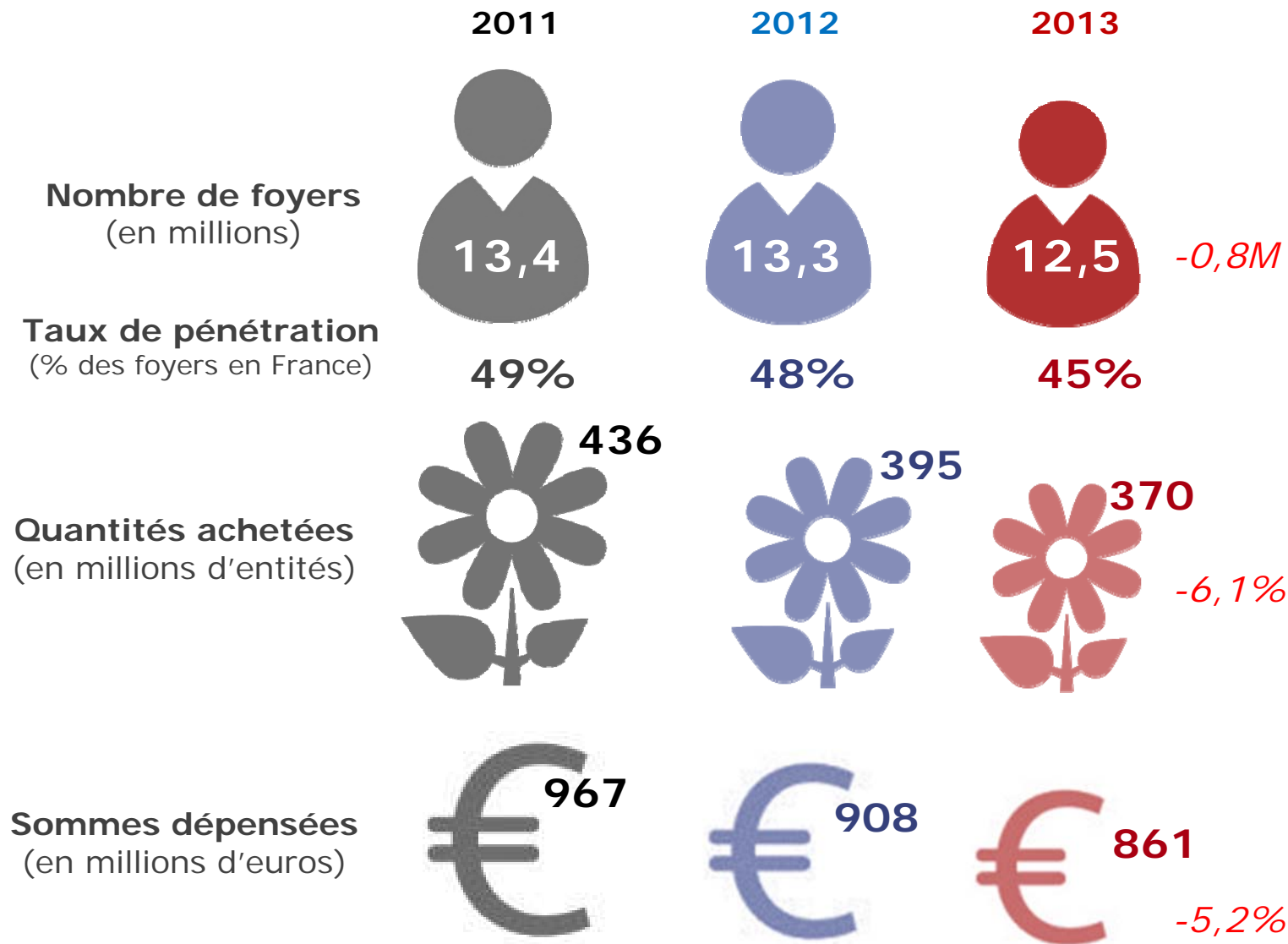
	2011	2012	2013
Acheteurs (en %)	53	53	55 +2pts
Volume (en %)	41	42	41 -1pt
Valeur (en %)	27	27	26 -1pt

3

Végétaux d'extérieur : forte baisse en 2013 sur tous les indicateurs.

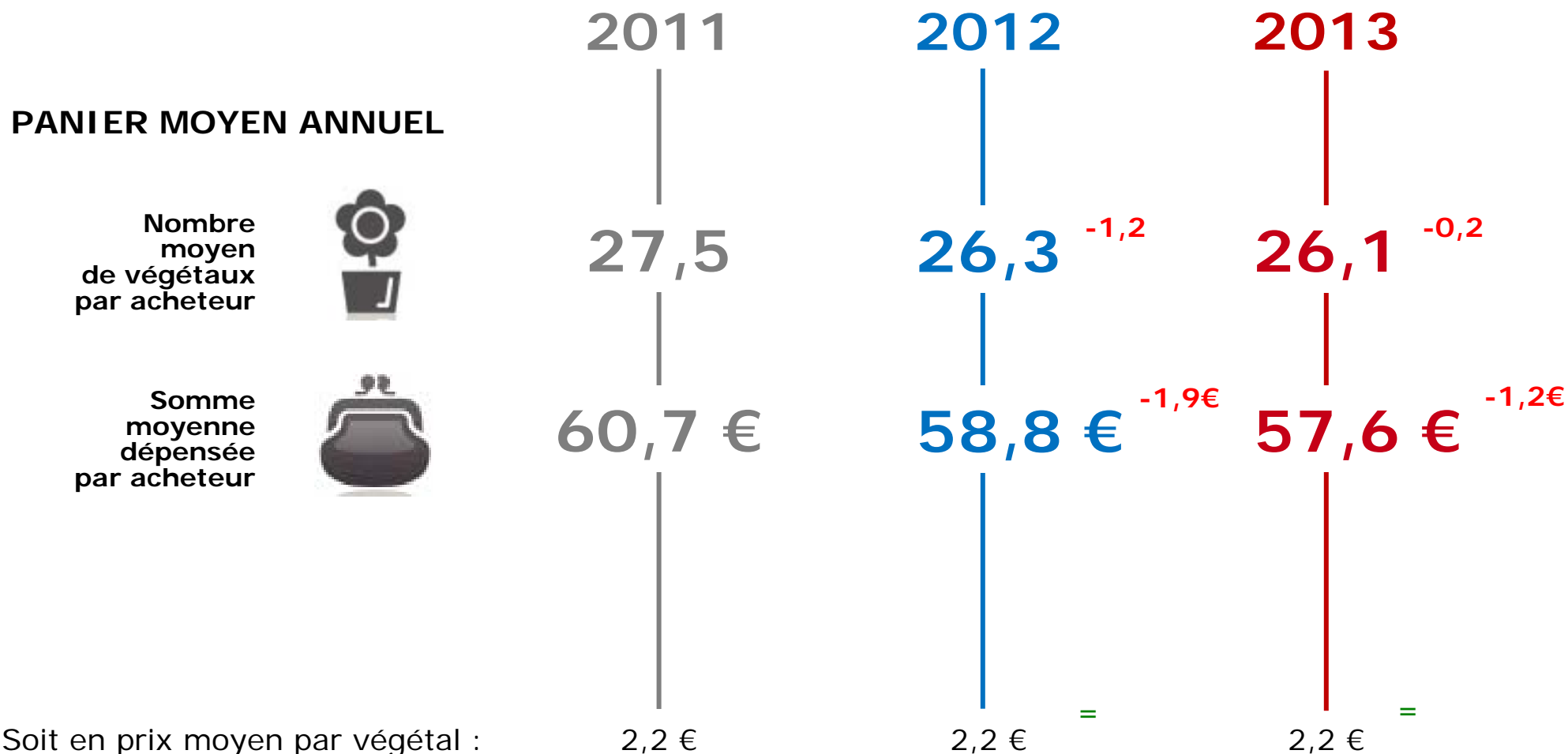


Incontestablement, c'est le recul des végétaux d'extérieur qui pénalise le marché dans son ensemble en 2013.



Rappel : en 2013 en France, 27,6 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Au-delà de l'érosion du nombre d'acheteur, les comportements d'achat sont eux aussi en baisse : le panier moyen diminue en quantité, entraînant une baisse des dépenses.



Base : ménages acheteurs

Aucune des grandes catégories ne paraît souffrir plus qu'une autre de la baisse de ce marché. Cependant si l'on extrapole les parts de marché, les plantes et bulbes sont les végétaux qui accusent les plus fortes pertes.

■ 2013
■ 2012
■ 2011



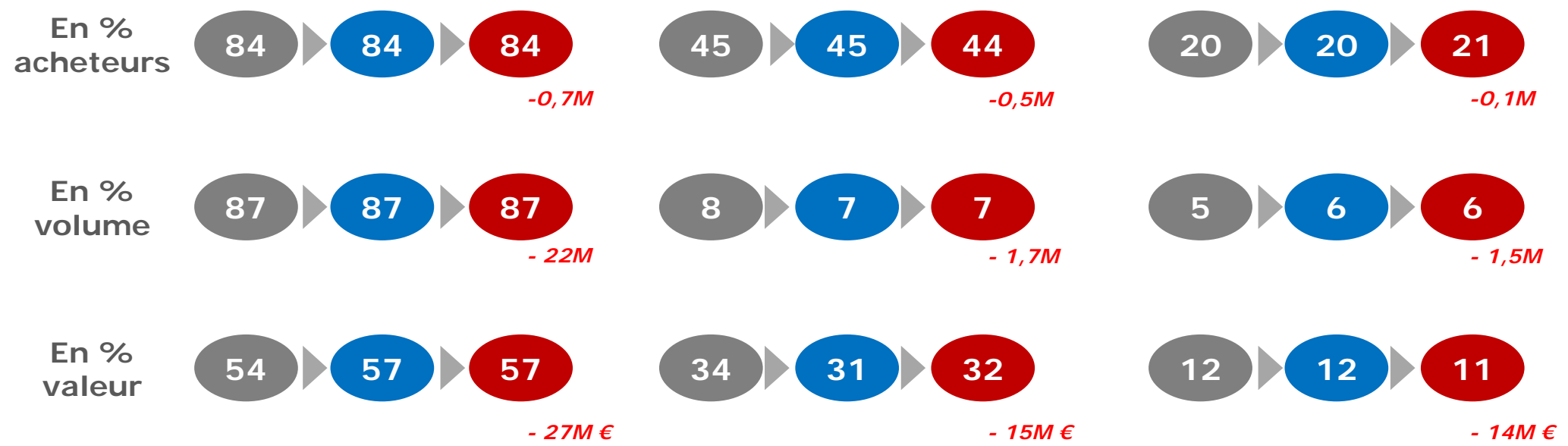
Plantes et bulbes



Arbres et arbustes d'ornement

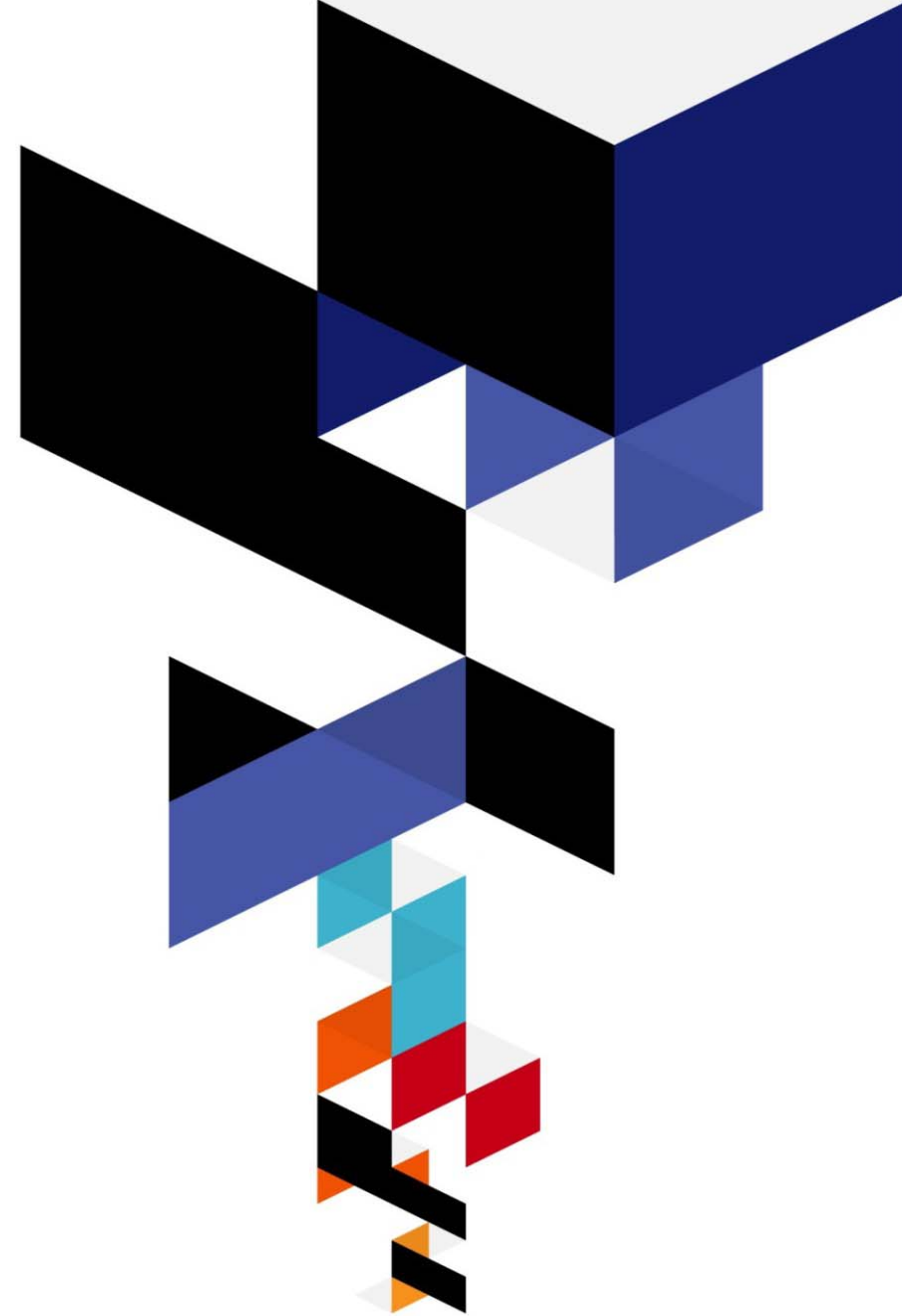


Arbres et arbustes fruitiers



Base : acheteurs et achats de VE

Au sein des VE, la Grande Distribution performe en volume d'achat.



Sur ce marché des végétaux d'extérieur, la jardinerie spécialisée est le premier circuit en nombre d'acheteurs, la Grande Distribution maintient sa seconde position. Les exploitations continuent de perdre des acheteurs.

En % acheteurs de VE



Professionnels des végétaux



3,3 → 3,1 → 2,8 En millions d'acheteurs : l'exploitation a perdu 0,3M d'acheteurs en 2013.

↗ Hausse constatée versus 2012
↘ Baisse constatée versus 2012

Base : ménages acheteurs de VE



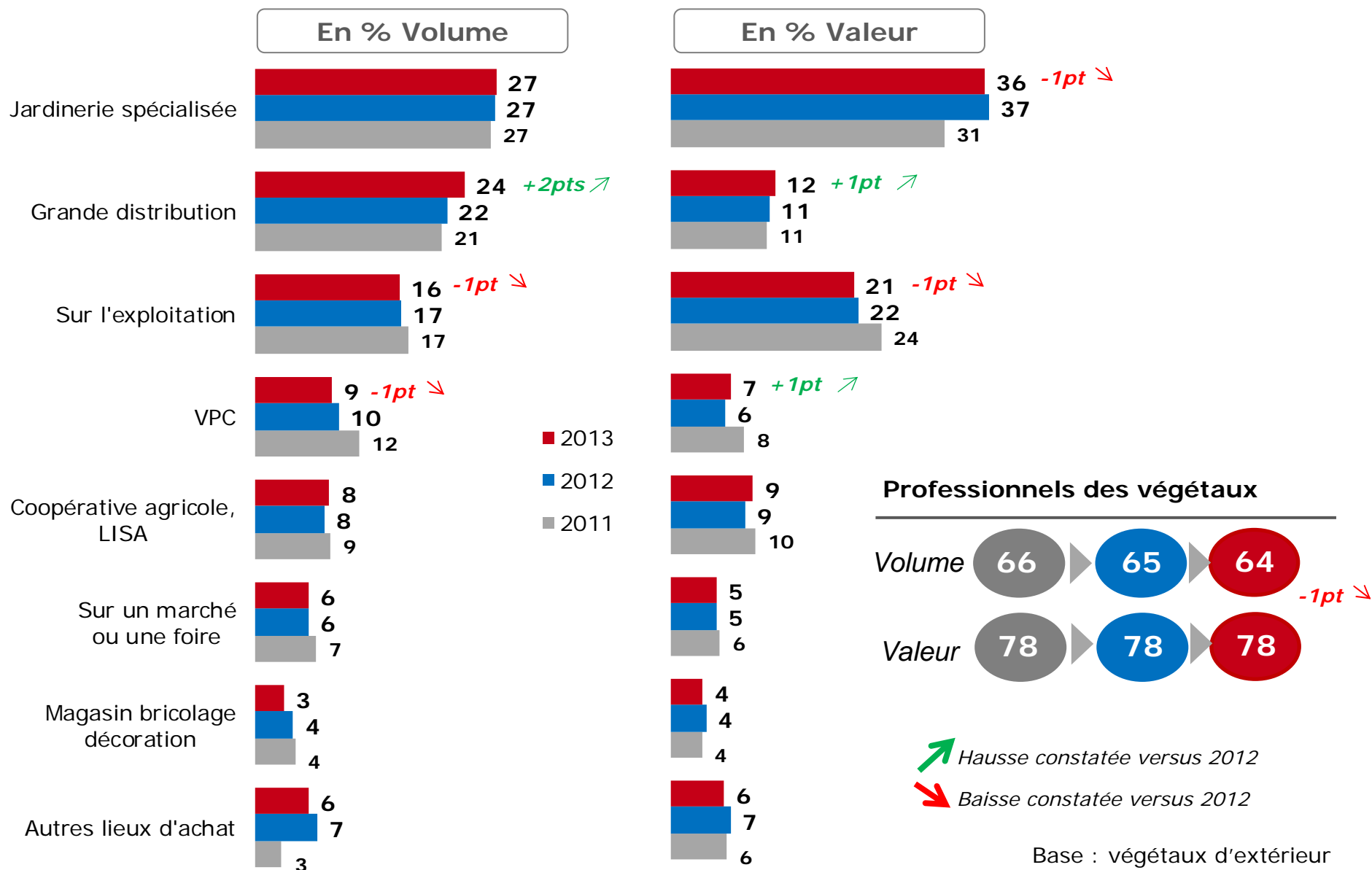
TNS Sofres

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2013

© TNS

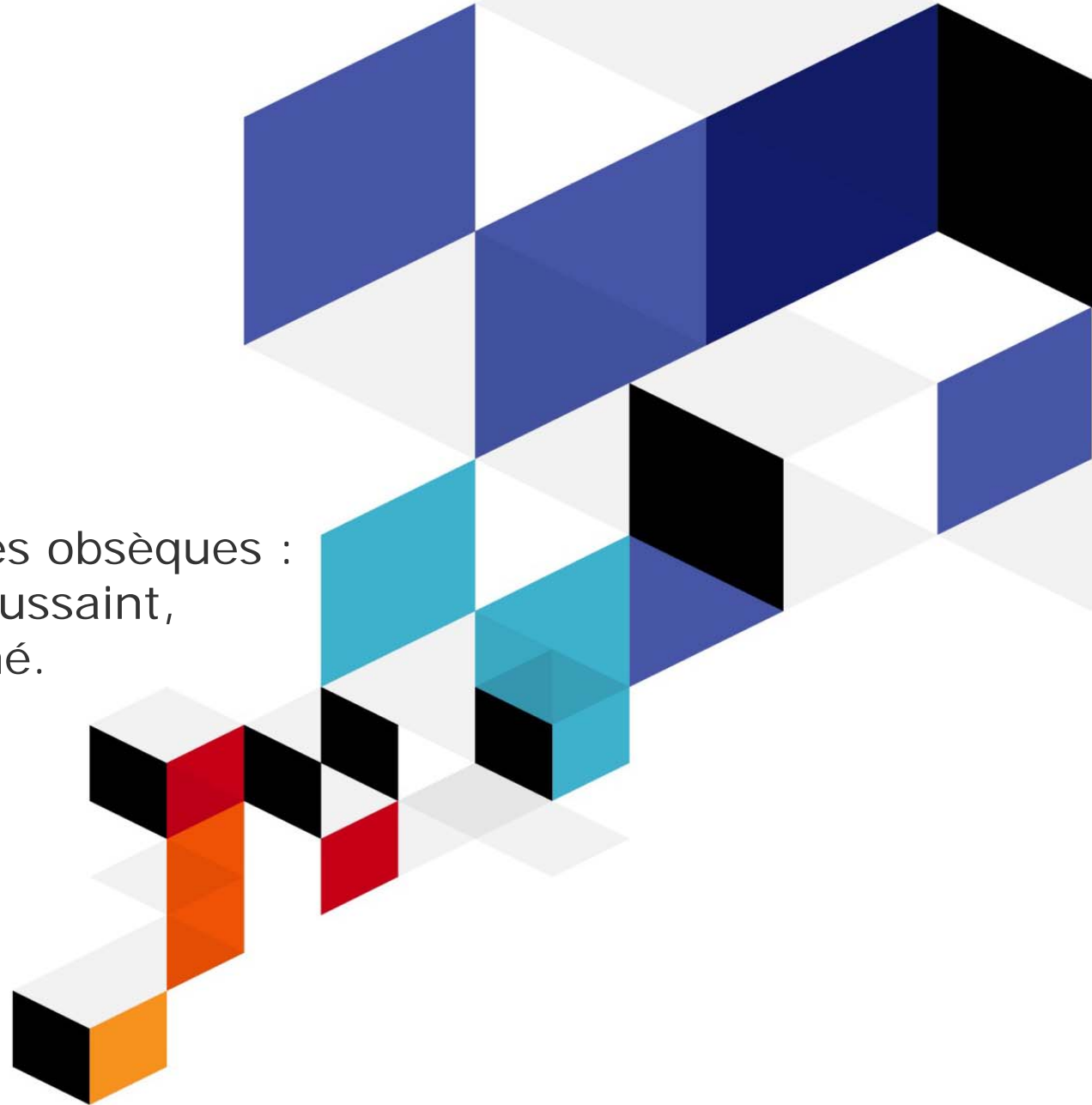


Si elle reste stable en pénétration, la Grande Distribution gagne des parts de marché en volume et en valeur



4

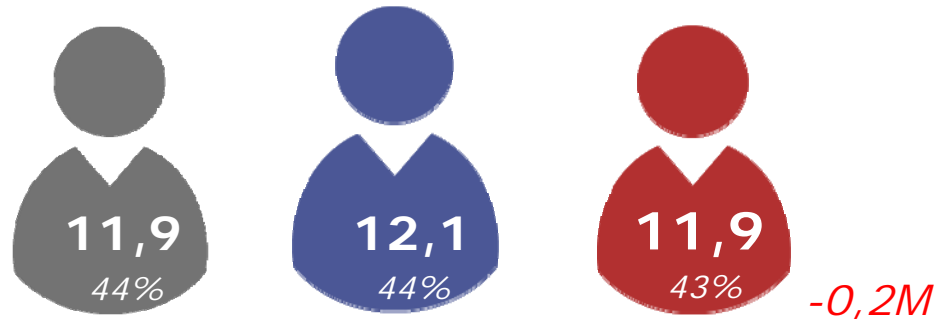
Végétaux pour le cimetière et les obsèques :
maintien de l'activité pour la Toussaint,
événement majeur de ce marché.



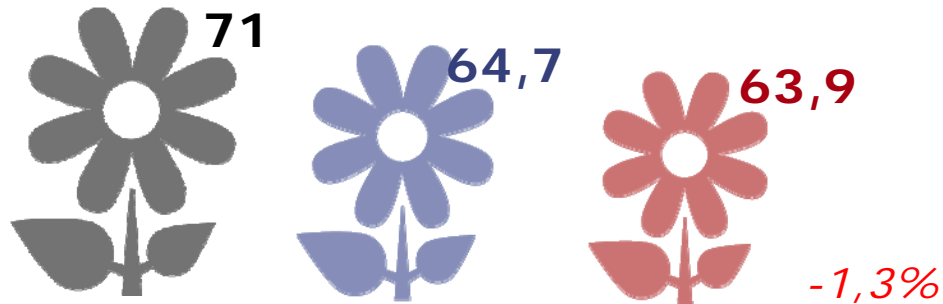
Chiffres-clés 2013 sur les végétaux pour le cimetière et les obsèques

Nombre de foyers
(en millions)
acheteurs pour
cette destination

En % des
foyers français



Quantités
achetées
(en millions
d'entités)



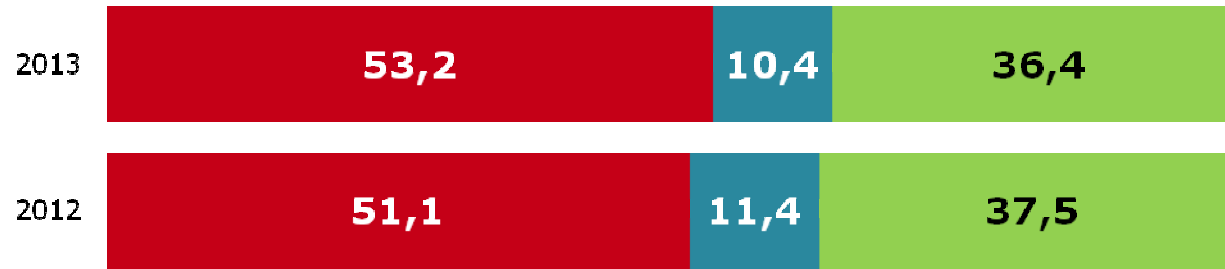
Sommes
dépensées
(en millions
d'euros)



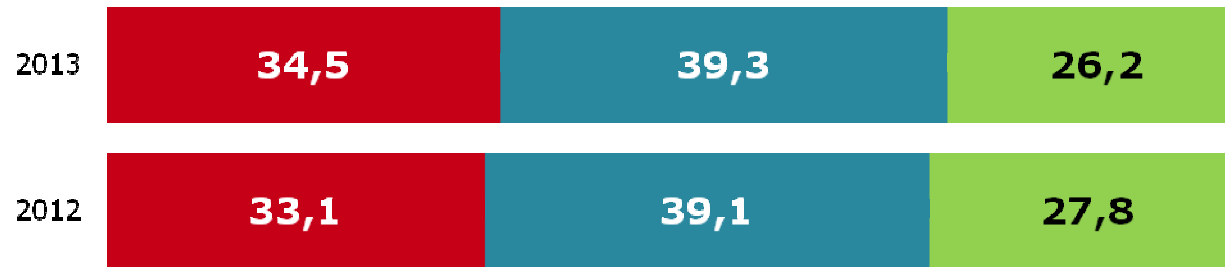
Un marché qui reste relativement stable en nombre de foyers acheteurs, mais qui diminue depuis 3 ans en volume et en valeur.

Toujours une forte polarisation du marché autour de la date clé du 1^{er} novembre

% Volume



% Valeur



Toussaint



Cérémonie funéraire



Entretien des sépultures

Base : achat CIM