

> Horticulture

> juin 2015

# Données et bilans

Végétaux  
d'ornement :  
achats des  
ménages en  
2014



FranceAgriMer

Introduction	p. 5
Méthodologie	p. 6
Consommation des ménages en végétaux d'ornement en 2014	p. 7
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Répartition par segment</li> <li>• Comportement d'achat</li> <li>• Analyse des circuits d'achat</li> </ul>	<p>p. 7</p> <p>p. 8</p> <p>p. 8</p>
Achats de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir	p.11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panier moyen</li> <li>• Profil des acheteurs</li> <li>• Catégories de végétaux d'intérieur achetés</li> <li>• Lieux d'achat des végétaux d'intérieur</li> <li>• Saisonnalité</li> <li>• Destination des achats et occasions d'achat pour offrir</li> <li>• Détail par catégorie de végétaux d'intérieur <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plantes fleuries en pot</li> <li>✓ Plantes vertes en pot</li> <li>✓ Fleurs coupées achetées à la pièce</li> <li>✓ Bottes de fleurs déjà préparées</li> <li>✓ Présentations florales</li> </ul> </li> <li>• Détail par lieu d'achat des végétaux d'intérieur <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fleuristes</li> <li>✓ Grande distribution</li> <li>✓ Jardinerie spécialisées</li> <li>✓ Marché ou foire</li> </ul> </li> </ul>	<p>p. 11</p> <p>p. 11</p> <p>p. 12</p> <p>p. 13</p> <p>p. 15</p> <p>p. 15</p> <p>p. 17</p> <p>p. 27</p>
Achats de végétaux d'extérieur	p. 34
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panier moyen</li> <li>• Profil des acheteurs</li> <li>• Catégorie de végétaux d'extérieur achetés</li> <li>• Lieux d'achat des végétaux d'extérieur</li> <li>• Saisonnalité</li> <li>• Destination des achats</li> <li>• Profil des acheteurs selon la destination</li> <li>• Détail par catégorie de végétaux d'extérieur <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plantes à massif, vivaces et géraniums</li> <li>✓ Rosiers</li> <li>✓ Fruitières (arbres, arbustes et fraisiers)</li> <li>✓ Arbres et arbustes méditerranéens</li> <li>✓ Autres arbres et arbustes d'ornement</li> <li>✓ Plantes de terre de bruyère, hortensias</li> <li>✓ Bulbes et oignons à fleurs</li> </ul> </li> <li>• Détail par lieu d'achat des végétaux d'extérieur <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jardinerie spécialisées, Lisa</li> <li>✓ Grande distribution</li> <li>✓ Achats sur le lieu d'exploitation</li> <li>✓ Vente par correspondance</li> </ul> </li> </ul>	<p>p. 34</p> <p>p. 34</p> <p>p. 35</p> <p>p. 36</p> <p>p. 38</p> <p>p. 39</p> <p>p. 39</p> <p>p. 40</p> <p>p. 53</p>

Achats pour les obsèques et le cimetière	p. 59
• Panier moyen	p. 59
• Profil des acheteurs	p. 60
• Catégorie de végétaux	p. 61
• Lieux d'achat	p. 62
Annexes	p. 64

# Introduction

Cette étude présente les résultats des achats de végétaux d'ornement par les ménages en 2014, mesurés par un panel de consommateurs cofinancé par FranceAgriMer et par l'interprofession horticole Val'hor.

Ces achats sont mesurés par segment :

- Achats de végétaux d'intérieur, pour la maison ou pour offrir,
- Achats de végétaux d'extérieur,
- Achats pour une cérémonie funéraire ou pour le cimetière.

# Méthodologie

## L'échantillon

L'étude a été réalisée à partir des données 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 socioprofessionnelle du chef de ménage,
- nombre de personnes au foyer.

Pour mesurer les achats de végétaux d'ornement, TNS Sofres a sélectionné **un échantillon représentatif de 7 000 ménages** (depuis 2011) parmi les 20 000 ménages de Métascope.

## Le mode de recueil

L'étude est réalisée par questionnaire auto-administré, adressé chaque mois par voie postale aux ménages sélectionnés. Ce questionnaire est établi sur un seul support (4 pages) et se compose de 3 parties : Végétaux d'intérieur / Végétaux d'extérieur / Cimetière et obsèques + 1 page de listes-réponses.

## Les dates du terrain

Le questionnaire a été renseigné chaque mois (rétrospectif), de janvier 2014 à décembre 2014.

## Des résultats redressés et extrapolés

Un redressement des données est opéré afin de pondérer les catégories insuffisamment ou trop représentées. La structure de l'échantillon est ainsi redressée selon les critères suivants : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge et profession du chef de ménage, nombre de personnes au foyer.

L'extrapolation des résultats de l'ensemble des achats effectués par les 7 000 ménages du panel est réalisée par l'application aux données brutes des résultats d'un coefficient égal en 2014 à 3 972 (27 627 508 ménages INSEE divisé par 7 000 ménages TNS Sofres).

## Un fichier « constant »

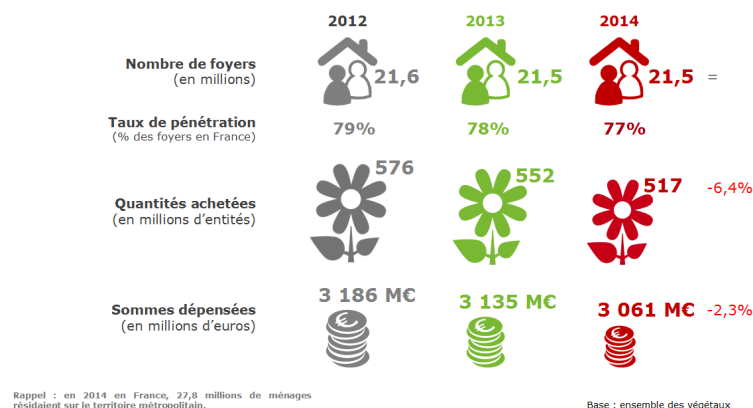
Un fichier constant est réalisé sur un échantillon dont les participants sont contactés à intervalle régulier, et dont on peut être assuré d'une continuité de réponse.

Dans le cadre d'une sollicitation mensuelle, comme c'est le cas pour le Panel Végétaux, sont considérés comme « constant » les foyers ayant répondu au moins 10 mois sur 12.

# La consommation des ménages en végétaux d'ornement en 2014

Le marché des végétaux d'ornement a de nouveau reculé en 2014, avec une diminution des volumes plus rapide que celle des sommes dépensées. Il a représenté 3,06 milliards d'euros en 2014, soit une baisse d'un peu plus de 2 % par rapport à 2013.

## Evolution de la consommation en végétaux des ménages



## ■ Répartition par segment

Dans un contexte général de tensions sur le pouvoir d'achat conjugué à des conditions météorologiques difficiles au printemps, le marché global est en recul de 6,4 % en volume et de 2,3 % en valeur par rapport à 2013.

La baisse du marché est particulièrement sensible sur les végétaux d'extérieur qui enregistrent une perte de 9,3 % en volume et de 1,4 % en valeur par rapport à 2013. Le recul par rapport à la moyenne des trois dernières années est encore plus prononcé : -16 % en volume et -7 % en valeur.

A l'inverse, les végétaux d'intérieur et ceux destinés au cimetière et obsèques se maintiennent relativement en volume, par rapport à 2013. Toutefois, par rapport à la moyenne des trois dernières années, ces marchés perdent respectivement 3 et 4 % en volume, et 5 et 4 % en valeur.

## Evolution des quantités achetées et des sommes dépensées en végétaux entre 2011 et 2014

	Quantités achetées (en millions d'entités)					Sommes dépensées (en millions d'€)					
	2011	2012	2013	2014	Evol 14/13	2011	2012	2013	2014	Evol 14/13	
Végétaux d'Intérieur	128	118	118	117	-0,6%	Végétaux d'Intérieur	1 519	1 421	1 433	1 390	-3,0%
Végétaux d'Extérieur	436	395	370	336	-9,3%	Végétaux d'Extérieur	967	908	861	849	-1,4%
Cimetière et Obsèques	71	65	64	64	-0,2%	Cimetière et Obsèques	867	857	841	823	-2,2%
<b>Total</b>	<b>635</b>	<b>577</b>	<b>552</b>	<b>517</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Total</b>	<b>3 353</b>	<b>3 186</b>	<b>3 135</b>	<b>3 061</b>	<b>-2,3%</b>

## Comportement d'achat

Sur l'ensemble des végétaux, le taux de ménages acheteurs, établi à 77,3 % en 2014 avec 21,5 millions de ménages acheteurs (sur 27,8 millions de ménages résidant sur le territoire national) continue de baisser. Ce taux était de 78 % en 2013, 78,8 % en 2012 et 80,2 % en 2011.

La somme moyenne dépensée par acheteur en 2013 est de 120,7 € soit un recul de 3 % par rapport à la moyenne des trois dernières années. Tous les secteurs d'achat des végétaux sont impactés. Le panier moyen pour les végétaux d'intérieur en 2013 recule de 2,20 € par rapport à 2013; et celui des végétaux d'extérieur 1,80 €.

Globalement, l'augmentation du prix moyen de 8 % par rapport à la moyenne des trois dernières années, est dû exclusivement à la valorisation des végétaux d'extérieur

### Evolution du panier moyen annuel

	Constant 2014			Moyenne 2011-2013			Evolution 2014/moy 11/13		
	QA/NA* (en quantité)	SD/NA* (en euros)	SD/QA* (prix moyen)	QA/NA* (en quantité)	SD/NA* (en euros)	SD/QA* (prix moyen)	QA/NA* (en quantité)	SD/NA* (en euros)	SD/QA* (prix moyen)
Ensemble	21	120,7 €	5,7 €	23,6	124,8 €	5,3 €	-11%	-3%	8%
Végétaux d'intérieur	5,8	66,1 €	11,4 €	6,0	68,3 €	11,5 €	-3%	-3%	-1%
Végétaux d'extérieur	23,1	55,8 €	2,4 €	26,6	59,0 €	2,2 €	-13%	-5%	10%
Cimetière et obsèques	4,8	59,7 €	12,4 €	5,0	61,5 €	12,3 €	-5%	-3%	1%

\* QA = quantités achetées / NA = nombre d'acheteurs / SD = Sommes dépensées

## Analyse des circuits d'achat

Bien qu'en baisse par rapport à l'année 2013 (- 6,5 % de part de marché), les fleuristes constituent le premier circuit d'achat de végétaux (tout type de végétaux confondus). Les trois autres principaux circuits plébiscités par les ménages pour l'achat de végétaux sont les jardineries spécialisées (17,4 % de part de marché), les grandes surfaces alimentaires (12,3 %) et les exploitations (10,5 %). Contrairement aux autres circuits d'achat, les exploitations ont connu une amélioration de leur part de marché entre 2013 et 2014.

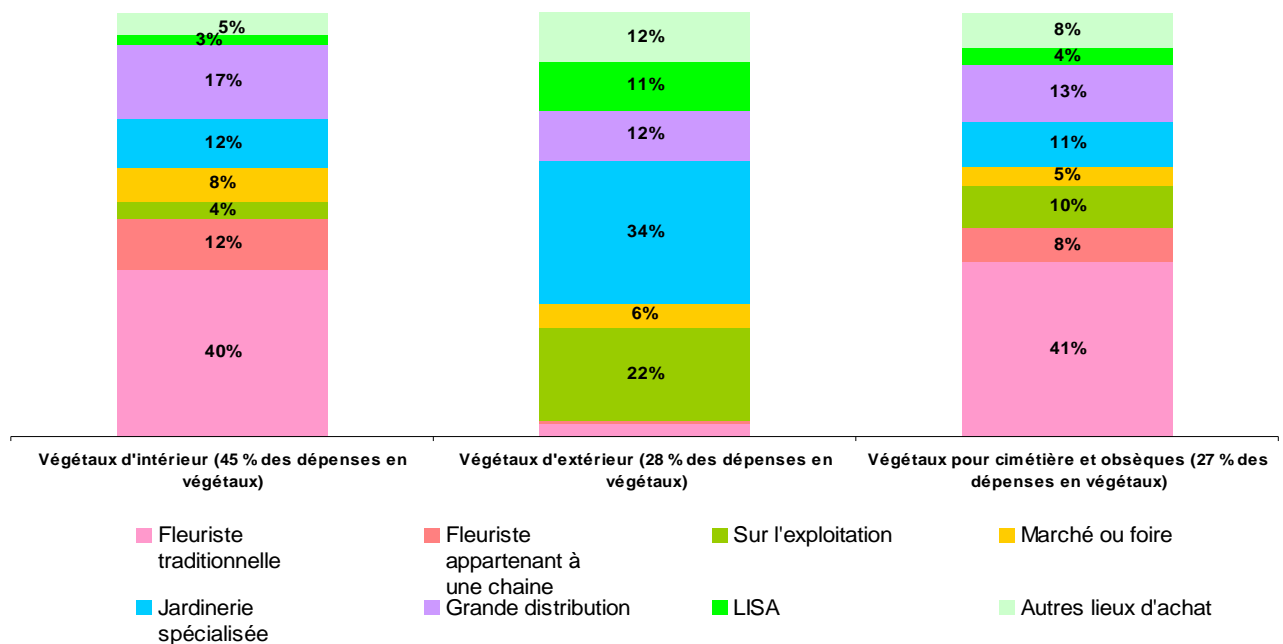
### Sommes dépensées dans les principaux circuits de distribution



Les achats des ménages varient selon les circuits de distribution. Les végétaux d'intérieur et ceux pour les cimetières et les obsèques sont surtout achetés chez les fleuristes (traditionnel ou appartenant à une chaîne). A l'inverse, les végétaux d'extérieur sont en grande partie achetés dans les jardineries spécialisées.

## Les différents marchés de végétaux en 2014 par circuits d'achat

% des sommes dépensées

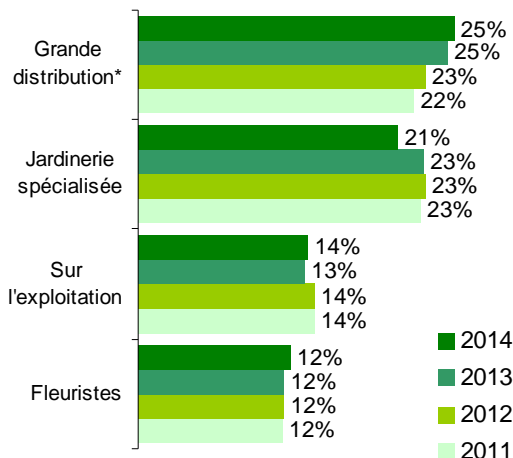


Tous végétaux confondus, la grande distribution reste le principal circuit de distribution en volume. Ce circuit est en hausse continue depuis 2012, en volume comme en valeur. Les achats chez les fleuristes, principal circuit de distribution en valeur, perdent 0,9 point de part de marché en valeur par rapport à 2012 et 1,7 point par rapport à 2013. Ce circuit réussit toutefois à se maintenir en volume.

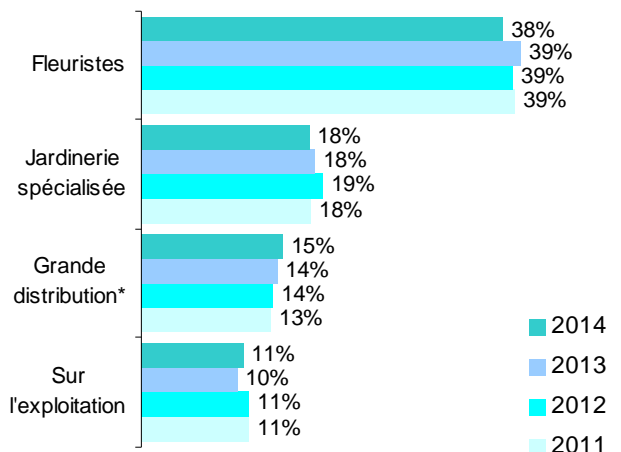
Enfin, les achats en jardinerie spécialisée ont baissé de 2,1 points en volume et de 0,5 point par rapport à 2013.

Par rapport à 2013, on constate un recul du nombre de ménages acheteurs de végétaux en jardinerie spécialisée (- 0,47 million) et chez les fleuristes (- 0,67 million), mais une hausse dans les exploitations et les coopératives agricoles (respectivement + 0,19 et + 0,13 million).

### Evolution des 4 principaux lieux d'achat (% volume)



### Evolution des 4 principaux lieux d'achat (% valeur)



\* **Grande distribution** : Grandes Surfaces Alimentaires+ Jardinerias d'Hypermarché

Le recul en part de marché valeur des fleuristes s'explique par une baisse notable du panier moyen de 3 euros par rapport à 2013.



## Evolution du nombre moyen d'achats et somme moyenne dépensée par circuit de distribution

		Exploitation horticole		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		14,7	14,0	13,0 -1,0
Somme moyenne		58,7€	56,0€	57,7€ +1,7

Prix moyen autour de 4,4€

		Jardinerie spécialisée		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		13,0	13,8	12,1 -1,7
Somme moyenne		58,4€	56,5€	57,0€ +0,5

Prix moyen autour de 4,7€

		Grande Distribution		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		10,4	10,3	9,3 -1,0
Somme moyenne		32,5€	32,5€	32,2€ -0,3

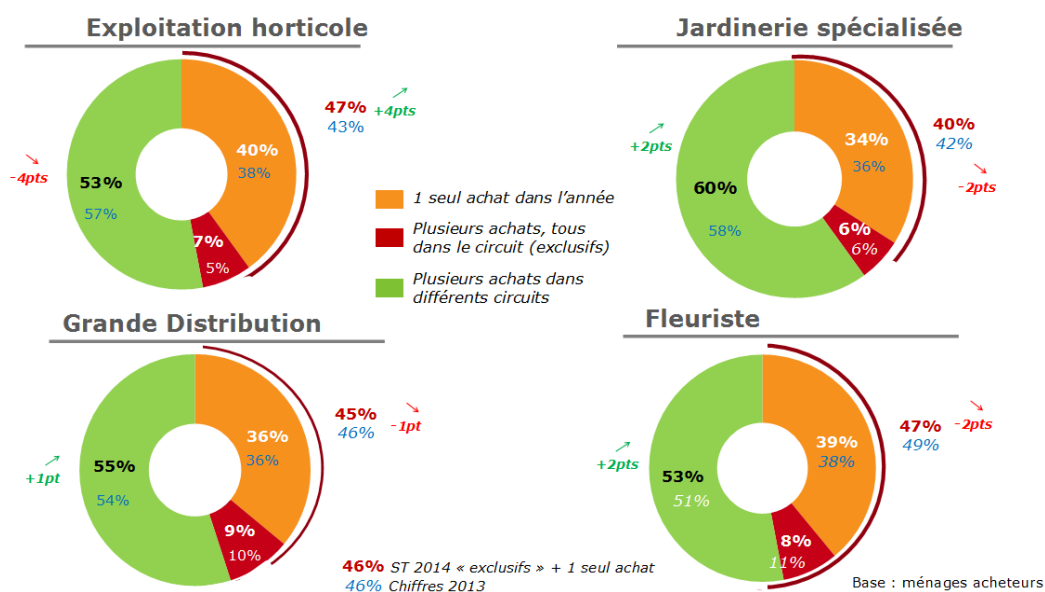
Prix moyen autour de 3,5€

		Fleuriste		
		2012	2013	2014
Nombre moyen		4,2	4,1	4,1 =
Somme moyenne		75,6€	77,9€	74,9€ -3,0

Prix moyen autour de 18,3€

Par ailleurs, une part plus faible d'acheteurs chez le fleuriste effectue l'ensemble de leurs achats dans ce circuit : le poids des « exclusifs » dans ce circuit diminue de 2 points par rapport à 2013.

## Part des acheteurs effectuant tous leurs achats dans un même circuit de distribution



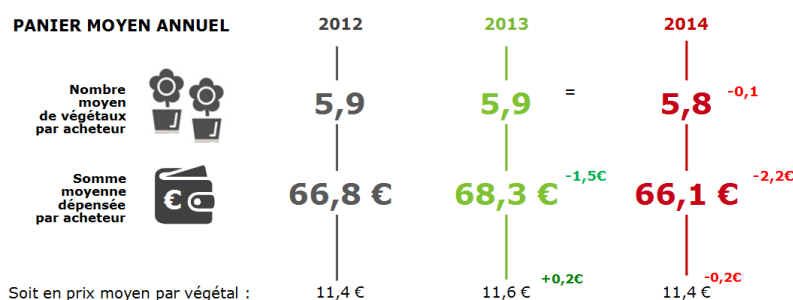
# Achats de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir

Les achats de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté en 2014 un montant global de 1,39 milliard d'euros. Ce marché affiche un recul de 0,6 % en volume<sup>1</sup> et de 3 % en valeur par rapport à 2013.

## ■ Panier moyen

Le nombre d'acheteurs de végétaux d'intérieur est identique à l'année passée avec une quasi conservation des volumes, mais pour un chiffre d'affaire moindre. En effet, le comportement d'achat est en forte baisse en valeur, alors que les volumes sont quasiment préservés. Le prix moyen de l'achat est ainsi en légère baisse en 2014 par rapport à 2013, et retrouve son niveau d'il y a 2 ans.

## Nombre moyen de végétaux d'intérieur et somme moyenne dépensée par acheteur



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

## ■ Profil des acheteurs

Le profil des acheteurs de végétaux d'intérieur est stable : des CS+ en couple, en maison individuelle et aux revenus confortables.

## Profil des acheteurs de végétaux d'intérieur (VI)

		Référence Nationale Base 7000	Acheteurs de végétaux Base 5415	VI Base 4411
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	15%	16%
	35-49 ans	26%	24%	24%
	50-64 ans	28%	29%	29%
	65 ans et plus	29%	32%	31%
PCS du chef de famille	PCS+	32%	32%	33%
	PCS-	28%	26%	26%
	Inactif	40%	42%	41%
Revenus	Moins de 1500€	21%	18%	18%
	1501 à moins de 3000€	51%	52%	52%
	3001€ et plus	28%	30%	30%
Taille du foyer	1 personne	35%	32%	32% <sup>+</sup>
	2 personnes	33%	35%	35% <sup>-</sup>
	3 personnes	14%	14%	15%
	4 personnes et plus	18%	19%	18%
Région	Région parisienne	18%	17%	18%
	Nord-Est	22%	23%	22%
	Ouest	23%	24%	24%
	Sud-ouest	12%	12%	11%
	Sud-est	25%	24%	25%
Logement	Maison	60%	64%	63%
	Appartement	40%	36%	37%



Des acheteurs de végétaux d'intérieur, plus que l'ensemble de la population :

- ✓ en couple
- ✓ en maison individuelle
- ✓ aux revenus confortables

Versus 2013 :

- ✓ Progression de l'achat chez des personnes seules dans leur foyer (indépendamment de l'âge)
- ✓ Diminution de l'achat chez les couples, et chez les revenus aisés.

XX% : significativement > référence nationale  
 XX% : significativement < référence nationale  
 +/- : significativement > 2013

<sup>1</sup> Les quantités évoquées pour les végétaux d'intérieur renvoi au nombre d'entités, où une entité désigne soit une plante, un bouquet, une fleur, ou une composition florale.

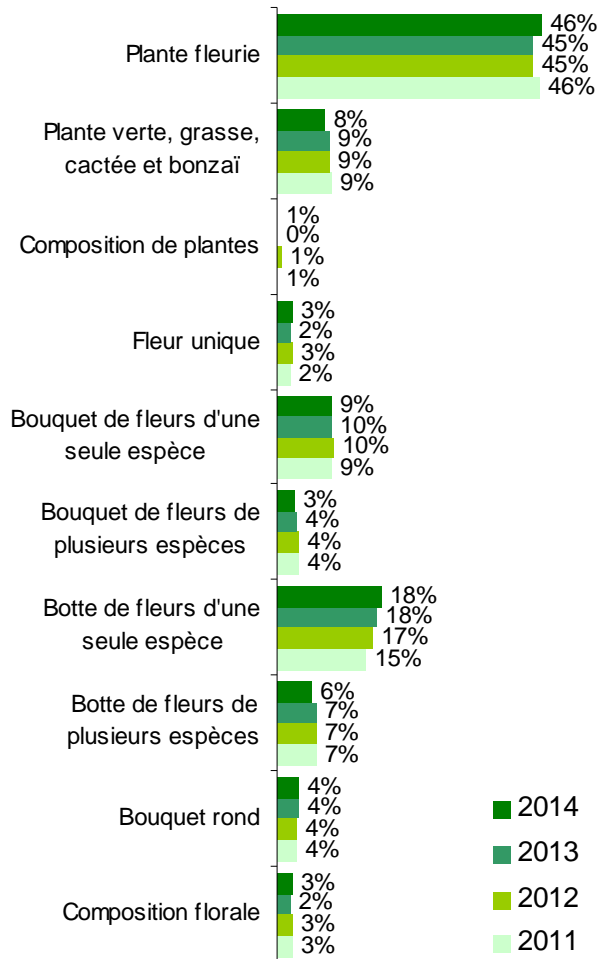
## ▪ Catégories de végétaux d'intérieur achetés

En volume, les plantes fleuries restent dominantes et gagnent des parts de marché en valeur. Les achats de bottes de fleurs d'une seule espèce augmentent également chaque année depuis 2011, tant en quantité qu'en valeur. A l'inverse, on observe un important recul (supérieur à 10 %) des quantités achetées et des sommes dépensées pour les bouquets et les bottes de fleurs de plusieurs espèces, ainsi que pour les plantes vertes, plantes grasse, cactée et bonzaï.

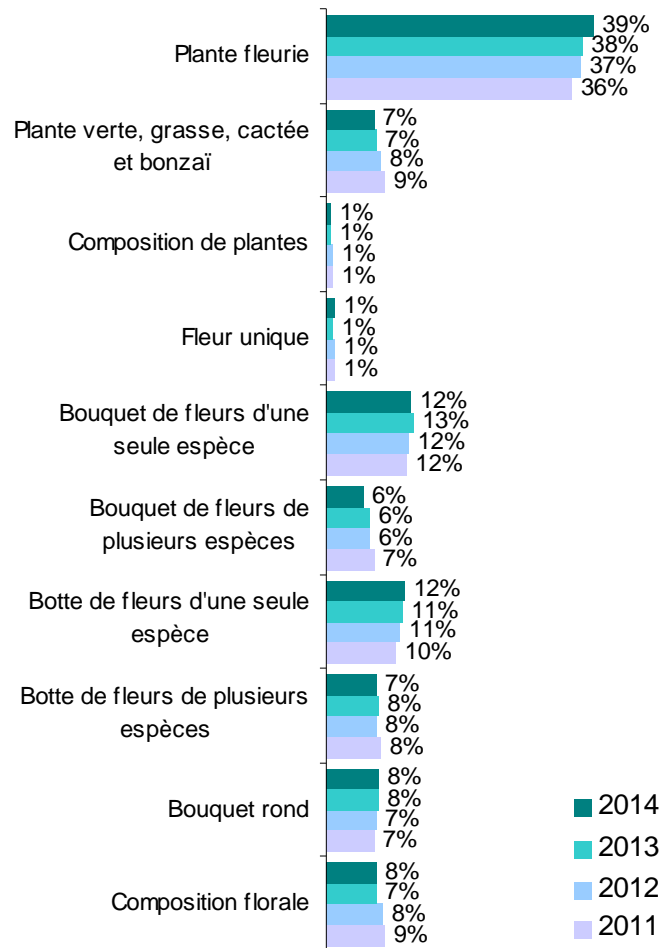
### Répartition et évolution des catégories de végétaux achetés

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2014 vs 2013 en %	Sommes dépensées extrapolées (milliers d'euros)	Evolution 2014 vs 2013 en %
<b>Total Plantes en pot</b>	64 684	1,3%	650 087	-1,2%
Plante fleurie	54 364	3,5%	544 367	0,7%
Plante verte plante grasse, cactée et bonzaï	9 786	-10,3%	95 964	-10,5%
Composition de plantes	534	16,0%	9 757	-4,2%
<b>Total Fleurs coupées</b>	45 205	-3,3%	526 818	-5,7%
<b>ST Fleurs coupées achetées à la pièce</b>	17 183	-4,5%	266 847	-7,6%
Fleur unique	2 879	10,5%	17 848	17,6%
Bouquet de fleurs d'une seule espèce	10 856	-3,8%	171 941	-6,3%
Bouquet de fleurs de plusieurs espèces	3 448	-15,8%	77 058	-14,4%
<b>ST Bottes déjà préparées</b>	28 022	-2,6%	259 971	-3,7%
Botte de fleurs d'une seule espèce	21 133	2,0%	160 585	1,0%
Botte de fleurs de plusieurs espèces	6 888	-14,4%	99 386	-10,4%
<b>Présentations florales</b>	7 206	0,1%	212 639	-1,7%
Bouquet rond	4 314	-1,3%	108 480	-2,8%
Composition florale	2 892	2,3%	104 160	-0,4%
<b>Total</b>	117 095	-0,6 %	1 389 545	-3 %

**Catégories de végétaux d'intérieur**  
% volume (hors imprécis)



**Catégories de végétaux d'intérieur**  
% valeur (hors imprécis)



### ▪ Lieux d'achat des végétaux d'intérieur

Les fleuristes et la grande distribution constituent les principaux lieux d'achat de végétaux d'intérieur, tant en quantité qu'en valeur. En 2014, 33 % des quantités totales achetées l'ont été chez les fleuristes et 30 % dans la grande distribution, pour une valeur de respectivement 707 568 et 239 285 euros. Toutefois, bien que toujours dominants, les fleuristes voient leur part de marché diminuer en 2014 par rapport à 2013, au profit des E-fleuriste, des exploitations et de la grande distribution.

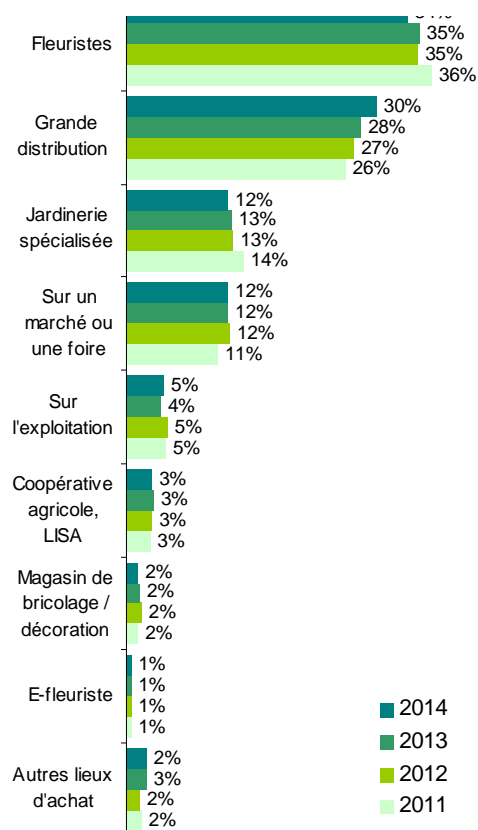
Les fleuristes bénéficient toujours du plus grand nombre d'acheteurs. Toutefois, leur taux de pénétration diminue de 2 points. A l'inverse la grande distribution progresse.

## Quantités achetées et sommes dépensées en végétaux d'intérieur par lieu d'achat

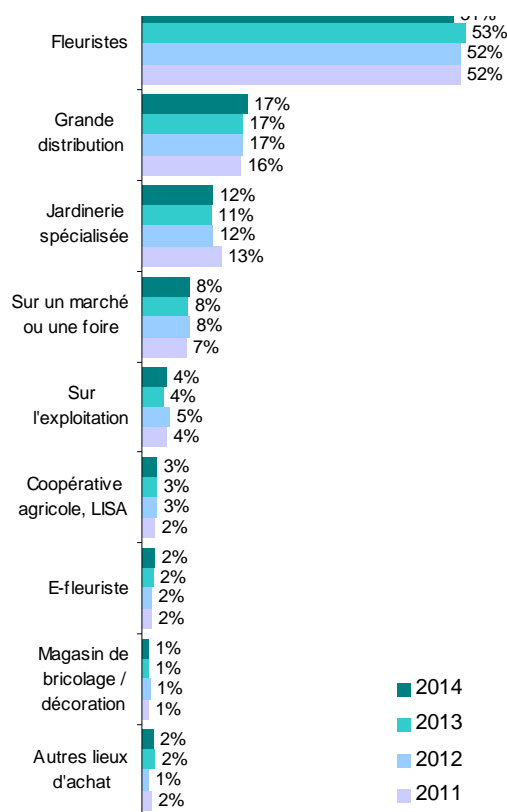
	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2014 vs 2013 en %	Sommes dépensées extrapolées (milliers d'euros)	Evolution 2014 vs 2013 en %
<b>Fleuristes</b>	39 025	-4,6%	707 568	-6,8%
Fleuriste en boutique traditionnelle	28 861	-3,0%	546 383	-5,3%
Fleuriste appartenant à une chaîne	10 164	-8,8%	161 185	-11,6%
<b>E-Fleuriste</b>	802	3,4%	30 699	19,7%
<b>Sur exploitation</b>	5 243	10,3%	57 705	12,5%
<b>Marché ou Foire</b>	14 147	0,0%	108 675	1,2%
<b>Jardinerie Spécialisée</b>	14 188	-4,0%	162 691	0,3%
<b>Grande Distribution</b>	34 652	5,5%	239 285	1,2%
Jardinerie d'hypermarché	3 084	4,9%	29 673	-1,0%
Hyper, Super, Supérette	31 568	5,5%	209 612	1,6%
<b>Coop agricole, libre service</b>	3 541	-7,3%	35 217	2,0%
Autres lieux d'achat	5 496	-5,4%	47 706	-13,9%
<b>Total</b>	117 095	-0,6%	1 389 545	-3,0%

La part de marché des achats chez les fleuristes, qui représente en valeur 51 % des achats de végétaux d'intérieur en 2014, recule de 2 points par rapport à 2013. La grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché), deuxième circuit d'achat avec 17 % des sommes dépensées et 30 % des volumes achetés, poursuit sa progression en 2014. Entre 2011 et 2014, elle affiche une hausse de 3,6 points de part marché en volume et 1,1 point en valeur.

**Répartition des achats de végétaux d'intérieur selon les lieux d'achat**  
% volume (hors imprécis)



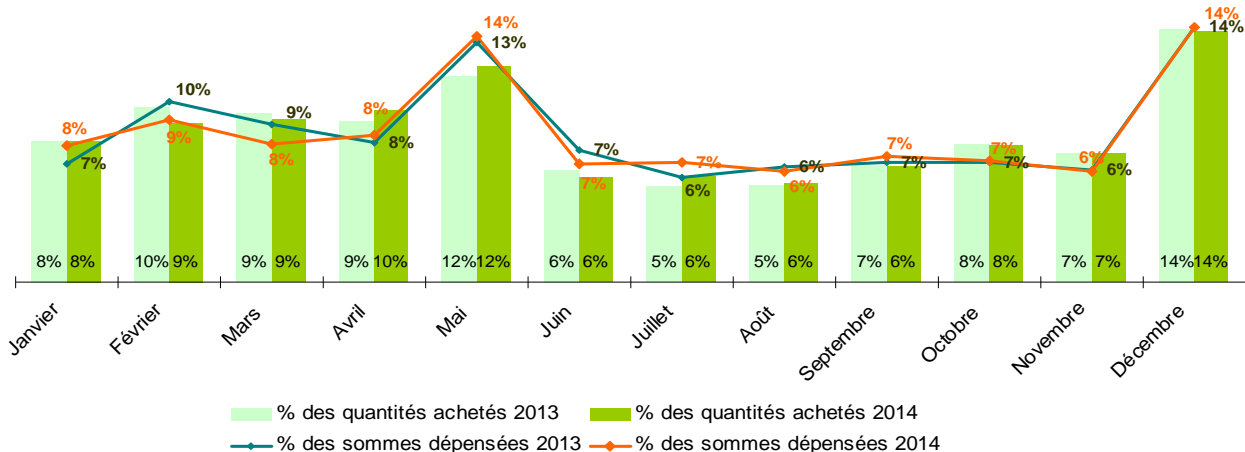
**Répartition des achats de végétaux d'intérieur selon les lieux d'achat**  
% valeur (hors imprécis)



## ■ Saisonnalité

Le calendrier des achats est traditionnellement marqué par les fêtes calendaires : on observe des pics d'achat en février (Saint-Valentin), en mai (fête du travail et fête des mères) ainsi qu'en décembre (fêtes de fin d'année).

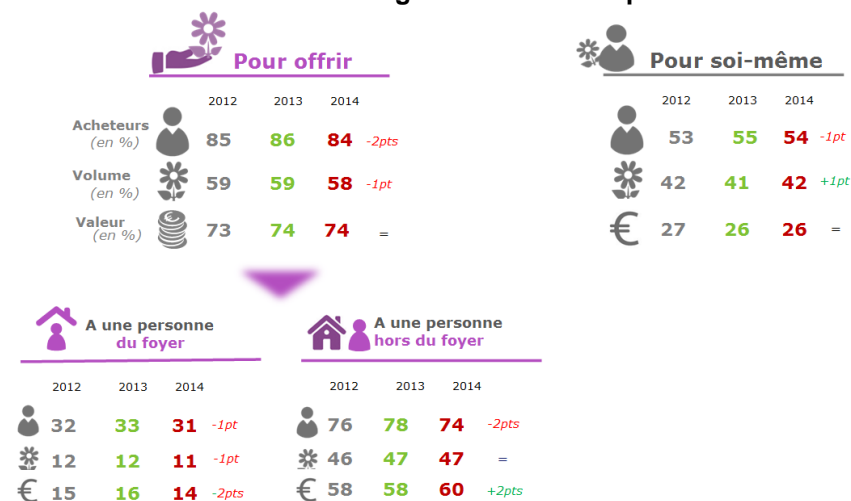
### Calendrier des achats de végétaux d'intérieur



## ■ Destination des achats et occasions d'achat pour offrir

Par rapport à l'année 2013, les français se sont montrés un peu moins généreux pour offrir des végétaux d'intérieur, avec un recul en particulier des achats pour offrir à des personnes présentes dans le foyer.

### Destinataires des achats de végétaux d'intérieur pour offrir



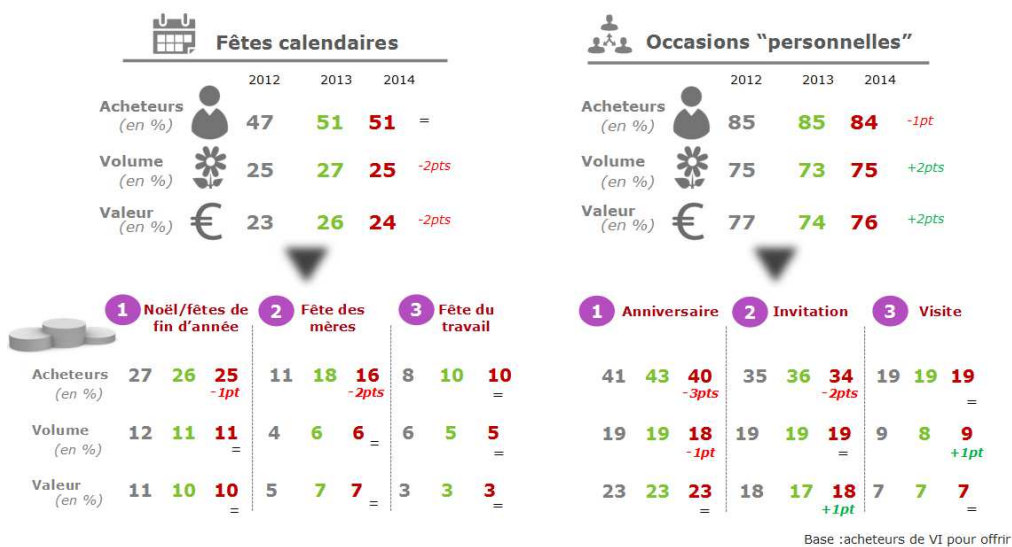
## ◇ Les différentes occasions d'achat pour offrir

En sommes dépensées, les fêtes calendaires représentent 24 % des achats pour offrir contre 72 % pour les occasions « personnelles » (respectivement 26 % et 74 % en volume). Les principales occasions personnelles d'achat pour offrir sont les invitations (19 %) et les anniversaires (18%).

En 2014, on note un fléchissement de la part de marché consacré aux fêtes calendaires : - 2 points en valeur par rapport à 2013.

Parmi les acheteurs de végétaux d'intérieur pour offrir, plus de la moitié ont effectué un achat à l'occasion d'une fête calendaire, une part stable par rapport à 2013. En revanche, les indicateurs volume et valeur sont en baisse.

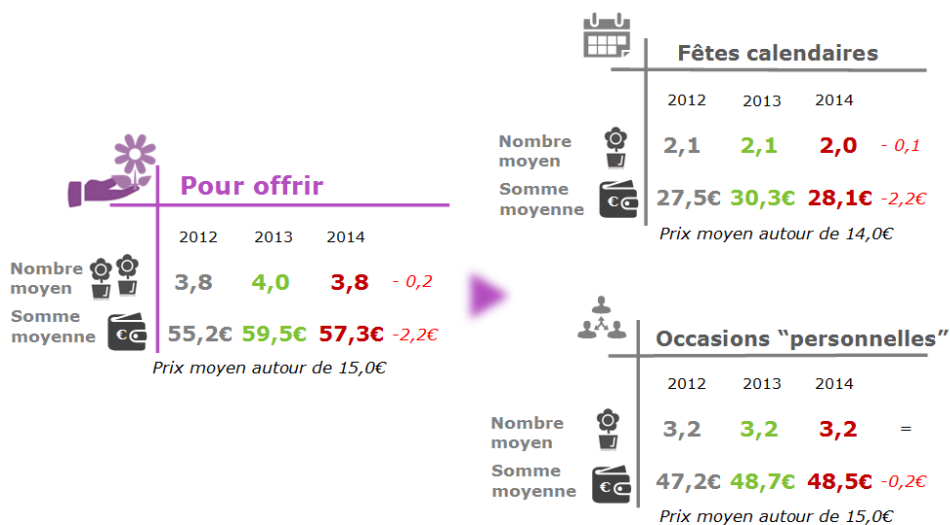
## Occasions d'achat de végétaux d'intérieur pour offrir



### ◇ Panier moyen

Le panier moyen de végétaux d'intérieur pour offrir recule en 2014 tant en volume qu'en valeur. Par ailleurs, le panier moyen des fêtes calendaires a été un peu plus affecté que celui des occasions personnelles.

## Panier moyen d'achat de végétaux d'intérieur pour offrir



Base : ménages acheteurs

## ▪ Détail par catégorie de végétaux d'intérieur

### → Les plantes fleuries en pot

En 2014, les foyers français ont acheté 54,4 millions de pots de plantes fleuries pour la maison ou pour offrir pour un montant global de 544,4 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une hausse des ventes en volume de 3,5 %, et une hausse en valeur de 0,7 %.

#### Lieux d'achat des plantes fleuries en pot

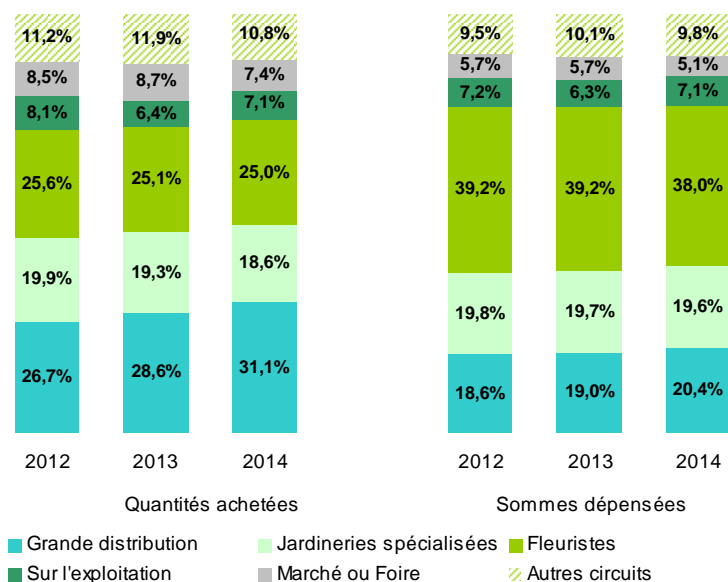
Top 3 en volume :

- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 31,1 % ;
- les fleuristes : 25 % ;
- les jardinerie spécialisées : 18,6 %.

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 38 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 20,4 % ;
- les jardinerie spécialisées : 19,6 %.

#### Evolution des lieux d'achat des plantes fleuries



Les achats de plantes fleuries en grande distribution progressent en volume et en valeur au détriment notamment des fleuristes.

#### Destination des achats de plantes fleuries en pot

L'achat pour offrir est dominant avec plus de la moitié des achats et près des trois quart des dépenses. En valeur, les principales occasions d'achats sont un anniversaire (20%), une invitation (19 %) et les fêtes de Noël et de fin d'année (14 %).

#### Destination des achats de plantes fleuries en pot

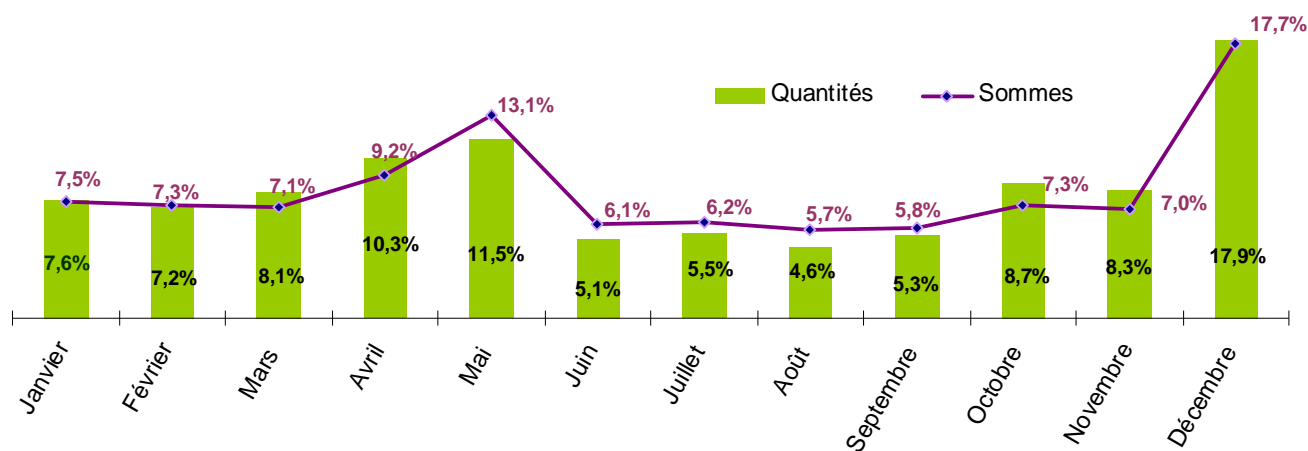
	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	44 %	30 %
<b>Pour offrir</b>	56 %	70 %
Pour offrir à une personne du foyer	8 %	11 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	48 %	59 %



## Calendrier d'achat des plantes fleuries en pot

En 2014, les deux pics d'achat ont eu lieu en mai et décembre avec respectivement 13,1 % et près de 18 % des sommes dépensées (fête du travail, fête des mères, fêtes de fin d'année).

### Saisonnalité des achats



### Les espèces de plantes fleuries en pot achetées

Les orchidées et les jacinthes restent en 2014 les espèces les plus achetées. Toutefois, les cyclamens, les mini rosiers, le muguet en pot ainsi que les hortensias progressent légèrement en part de marché (voir tableau en annexe).

## → Plantes vertes en pot

En 2014, les foyers français ont acheté 9,8 millions de plantes vertes en pot pour la maison ou pour offrir pour un montant global de 96 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des ventes en volume (- 10,3 %) et en valeur (- 10,5 %).

### Lieux d'achat des plantes vertes en pot

Top 3 en volume :

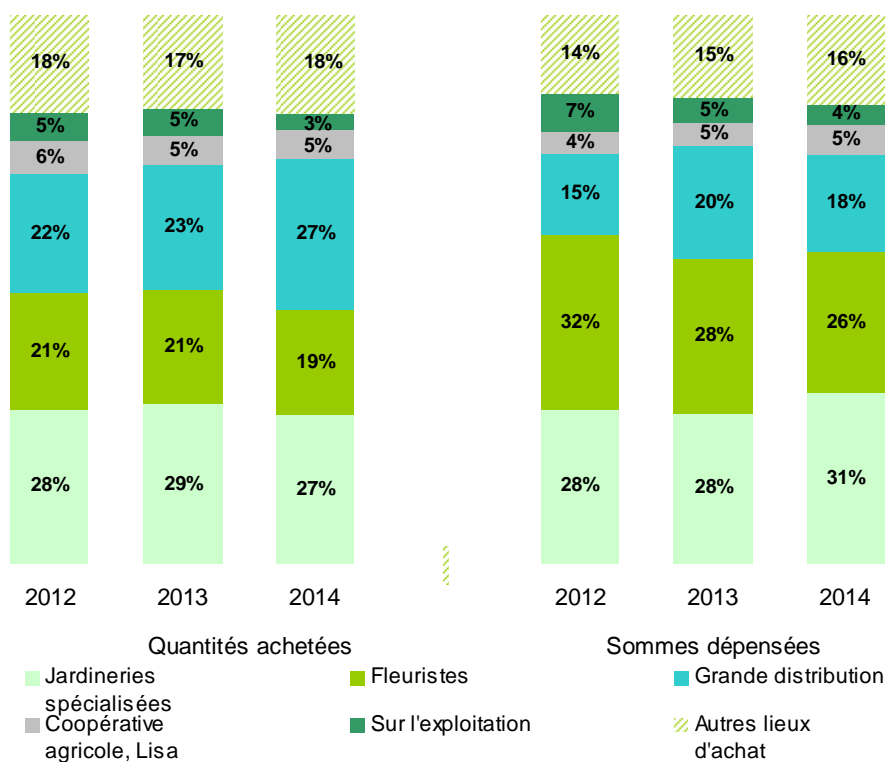
- les jardineries spécialisées : 27 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardineries d'hypermarché) : 27 % ;
- les fleuristes : 19 %.

Top 3 en valeur :

- les jardineries spécialisées : 31 % ;
- les fleuristes : 26 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardineries d'hypermarché) : 18 %.

En 2014, malgré un fléchissement des volumes achetés en jardineries spécialisées, ce circuit gagne en sommes dépensées. A l'inverse, les achats chez les fleuristes ont baissé aussi bien en volume qu'en valeur.

### Evolution des lieux d'achat des plantes vertes en pot



### Destination des achats de plantes vertes en pot

L'achat pour soi-même est dominant : il représente les deux tiers des achats en volume, et 54 % des dépenses.

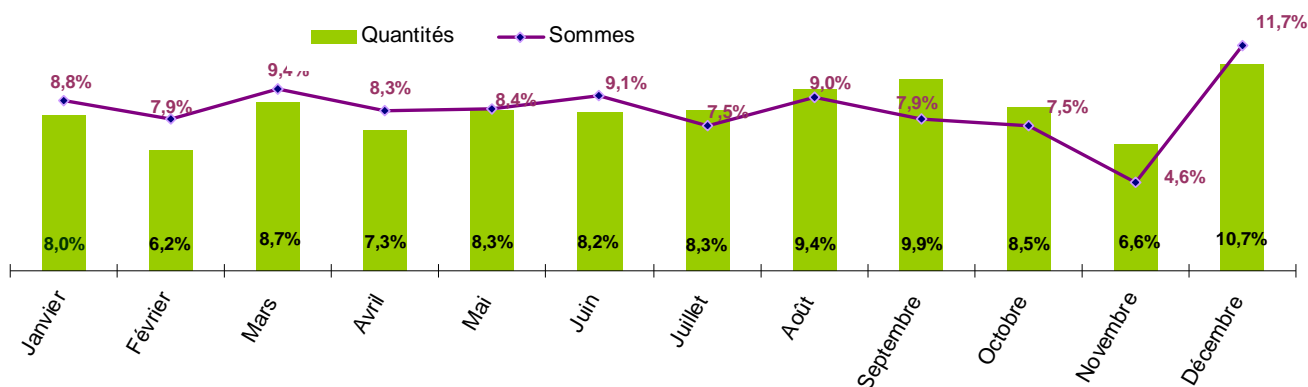
## Destination des achats de plantes vertes en pot

	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	67 %	54 %
<b>Pour offrir</b>	33 %	46 %
Pour offrir à une personne du foyer	5 %	8 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	28 %	39 %

## Calendrier d'achat des plantes vertes en pot

Le calendrier d'achat est plus homogène que pour les plantes fleuries. Toutefois, à l'instar de ces dernières, on observe une augmentation sensible des achats pour les fêtes de fin d'année.

## Saisonnalité des achats



## Les espèces de plantes vertes en pot achetées

En 2014, les trois principales plantes vertes en pot achetées sont les lierres, les ficus (Benjamina, Robusta, caoutchouc...) et les fougères.

## → Les fleurs coupées achetées à la pièce

En 2014, les achats de fleurs coupées achetées à la pièce pour la maison ou pour offrir, ont représenté 266,8 millions d'euros, en baisse de 7,6 % par rapport à 2013. Ces achats se répartissent de la manière suivante :

- 2,9 millions de fleurs uniques (+ 10,5% /2013) pour 17,8 millions d'euros (- 17,6 %) ;
- 10,9 millions de bouquets de fleurs coupées d'une seule espèce (- 3,8 % /2013) pour 171,9 millions d'euros (- 6,3 %) ;
- 3,4 millions de bouquets de fleurs coupées de plusieurs espèces (- 15,8 % /2013) pour 77,1 millions d'euros (- 14,4 %).

### Lieux d'achat des fleurs coupées achetées à la pièce

Top 3 en volume :

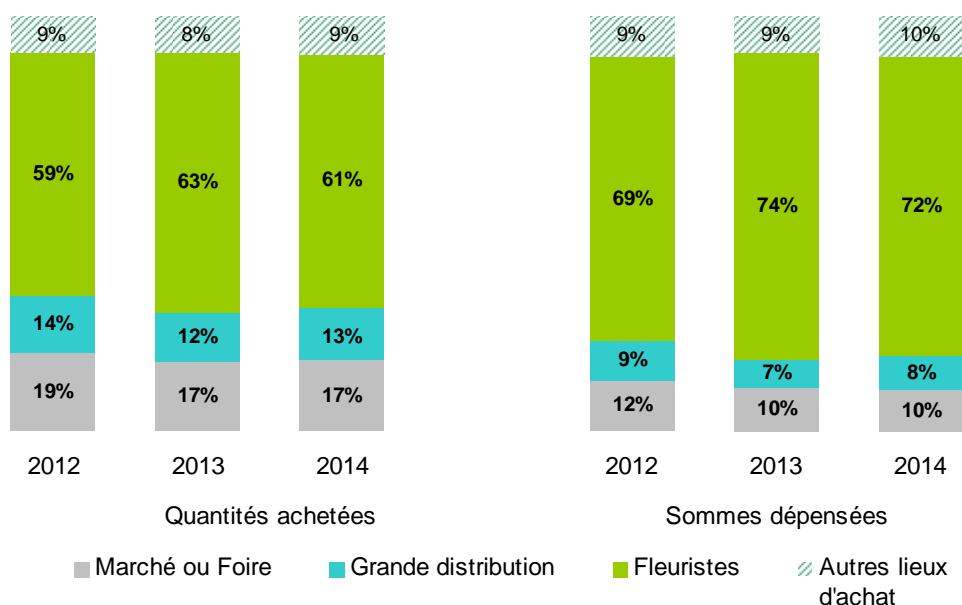
- les fleuristes : 61,4 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 12,6 % ;
- les marchés ou foires : 17,1 %.

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 72,4 % ;
- les marchés ou foires : 9,9 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 8,1 %.

Les fleuristes restent le principal lieu d'achat de fleurs coupées achetées à la pièce. Les volumes achetés chez les fleuristes traditionnels s'élèvent à 48 %, pour 59 % des sommes dépensées. Les achats chez les fleuristes appartenant à une chaîne représentent, quant à eux, 13 % des volumes et des sommes dépensées.

### Evolution des lieux d'achat des fleurs coupées à la pièce



### Destination des achats des fleurs coupées achetées à la pièce

L'achat pour offrir est très largement dominant. L'anniversaire en est la principale occasion.

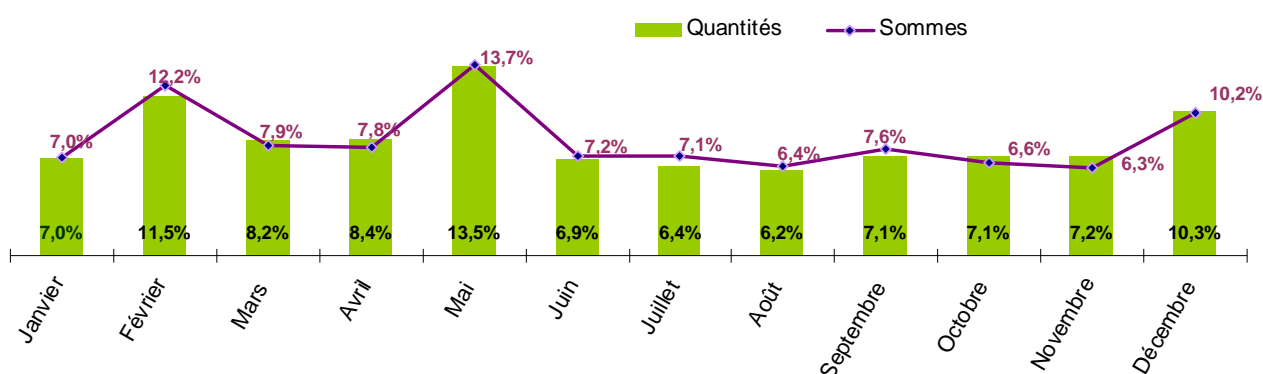
## Destination des achats des fleurs coupées achetées à la pièce

	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	31 %	23 %
<b>Pour offrir</b>	69 %	77 %
Pour offrir à une personne du foyer	20 %	23 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	49 %	55 %

## Calendrier d'achat des fleurs coupées achetées à la pièce

Le calendrier d'achat est marqué par des pics de consommation liés aux fêtes calendaires (Saint Valentin en février, fête du travail et fête des mères en mai, fêtes de fin d'année).

## Saisonnalité des achats



## Les espèces de fleurs coupées achetées à la pièce

Les roses restent, de loin, les principales fleurs coupées achetées à la pièce : elles représentent plus de la moitié (58,7 %) des volumes de fleurs coupées achetées à la pièce, et près des deux-tiers des sommes dépensées (64,8 %). Les lys et les tulipes sont également plébiscités par les ménages, mais dans une bien moindre mesure (voir tableau en annexe).

## → Les bottes de fleurs déjà préparées

En 2014, les achats de bottes de fleurs déjà préparées pour la maison ou pour offrir, ont représenté 260 millions d'euros, soit une baisse de 3,7 % par rapport à 2013. Ces achats se répartissent de la manière suivante :

- 21,1 millions de bottes de fleurs d'une seule espèce (+ 2 % /2013) pour 160,6 millions d'euros (+ 1 %) ;
- 6,9 millions de bottes de fleurs de plusieurs espèces (- 14,4 % /2013) pour 99,4 millions d'euros (- 10,4 %).

### Lieux d'achat des bottes de fleurs déjà préparées

Top 3 en volume :

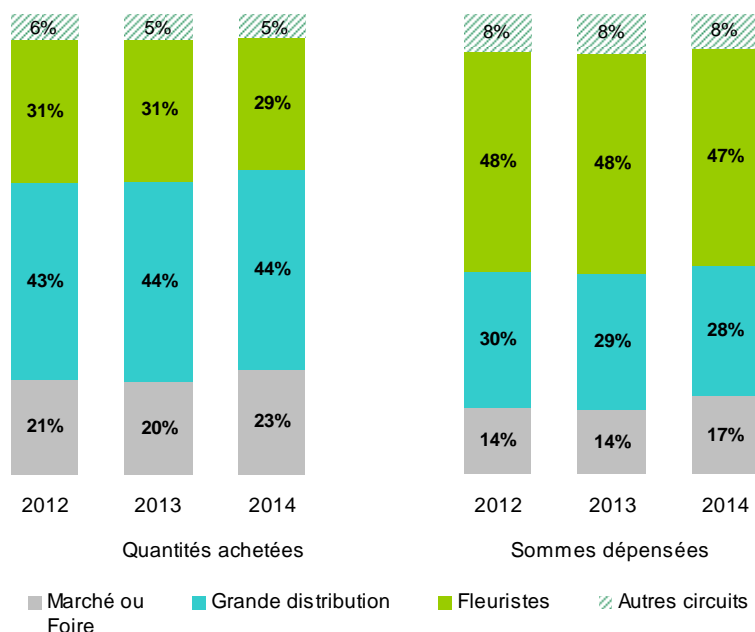
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 43,5% ;
- les fleuristes : 28,7 % ;
- les marchés ou foires : 22,6 %.

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 47,1 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) 28,3 % ;
- les marchés ou foires : 17 %.

La grande distribution est le principal lieu d'achat en volume des bottes de fleurs déjà préparées. Néanmoins, l'essentiel des dépenses est réalisé chez les fleuristes. Les achats chez les fleuristes traditionnels représentent ainsi 17 % des volumes, pour 32 % pour des valeurs, et ceux effectués chez les fleuristes appartenant à une chaîne enregistrent 12 % des volumes, pour 15 % des valeurs.

### Evolution des lieux d'achat des bottes de fleurs déjà préparées



### Destination des achats des bottes de fleurs déjà préparées

Les bottes d'une seule espèce sont plutôt achetées pour soi-même que pour offrir. Au contraire, les bottes de fleurs de plusieurs espèces sont clairement préférées pour offrir.

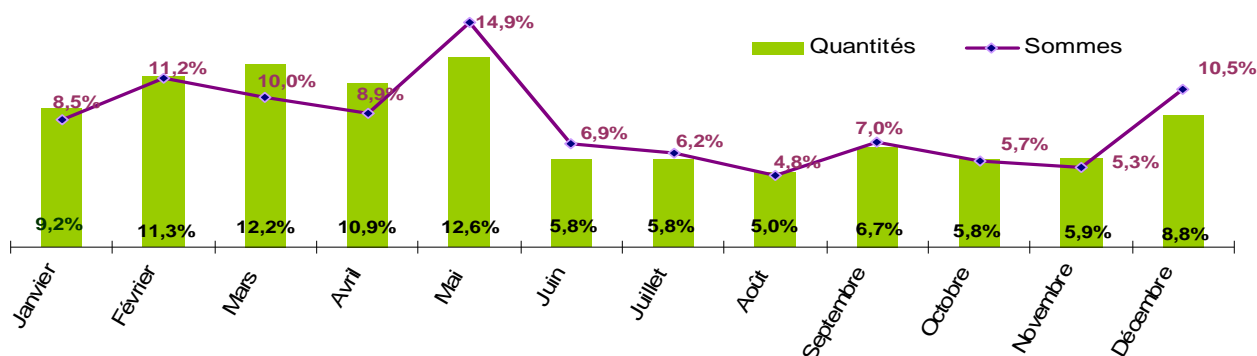
## Destination des achats des bottes de fleurs déjà préparées

	Bottes d'une seule espèce		Bottes de plusieurs espèces	
	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	55 %	40 %	19 %	10 %
<b>Pour offrir</b>	45 %	60 %	81 %	90 %
Pour offrir à une personne du foyer	11 %	14 %	17 %	19 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	34 %	46 %	64 %	71 %

## Calendrier d'achat des bottes de fleurs déjà préparées

Le calendrier d'achat est marqué par des achats plus nombreux sur les six premiers mois de l'année : les quantités achetées de janvier à juin représentent 62 % des quantités achetées et 60 % des sommes dépensées sur l'année.

## Saisonnalité des achats



## Les espèces dans les bottes de fleurs d'une seule espèce

A l'instar des fleurs coupées achetées à la pièce, les roses constituent les fleurs les plus achetées sous forme de bottes de fleurs d'une seule espèce. En 2014, elles représentent 45,8 % des volumes de bottes de fleurs d'une seule espèce achetées, et 54,3 % des sommes dépensées. Viennent ensuite, mais loin derrière, les tulipes et les œillets (voir tableau en annexe).

## → Les présentations florales (bouquets ronds, compositions florales)

En 2014, les achats de présentations florales pour la maison ou pour offrir ont représenté 212,7 millions d'euros, en baisse de 1,7 % par rapport à 2013. Plus précisément :

- 4,3 millions de bouquets ronds ont été achetés (- 1,3 % /2013) pour un montant de 108,5 millions d'euros (- 2,8 %) ;
- 2,9 millions de compositions florales ont été achetées (+ 2,3 % /2012) pour un montant de 104,2 millions d'euros (-0,4 %).

### Lieux d'achat des présentations florales

Top 3 en volume :

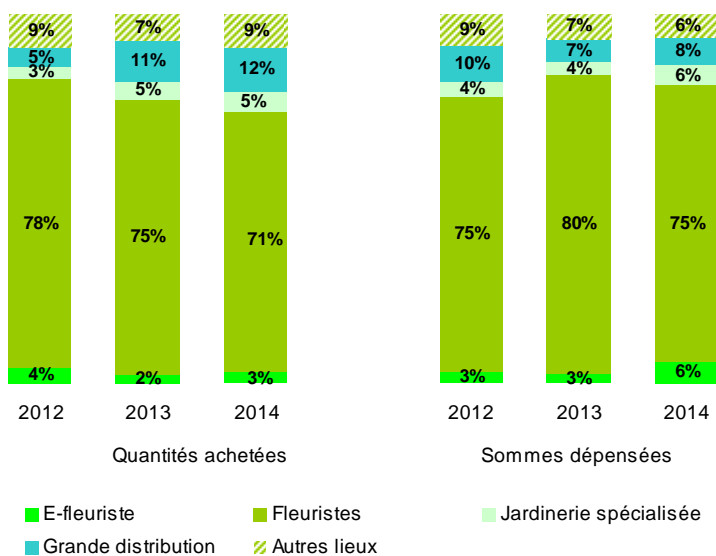
- les fleuristes : 70,7 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 12,3% ;
- les jardinerie spécialisées : 5,1 %.

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 74,8 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 7,5 % ;
- E-fleuriste : 5,8 %.

Les achats de présentations florales sont très majoritairement effectués chez les fleuristes. Ces derniers représentent près de 75 % des volumes et plus de 80 % des sommes dépensées.

### Evolution des lieux d'achat des présentations florales



### Destination des achats de présentations florales

Plus de neuf achats sur dix de présentations florales sont destinés à être offerts, dont près de huit à une personne hors du foyer.



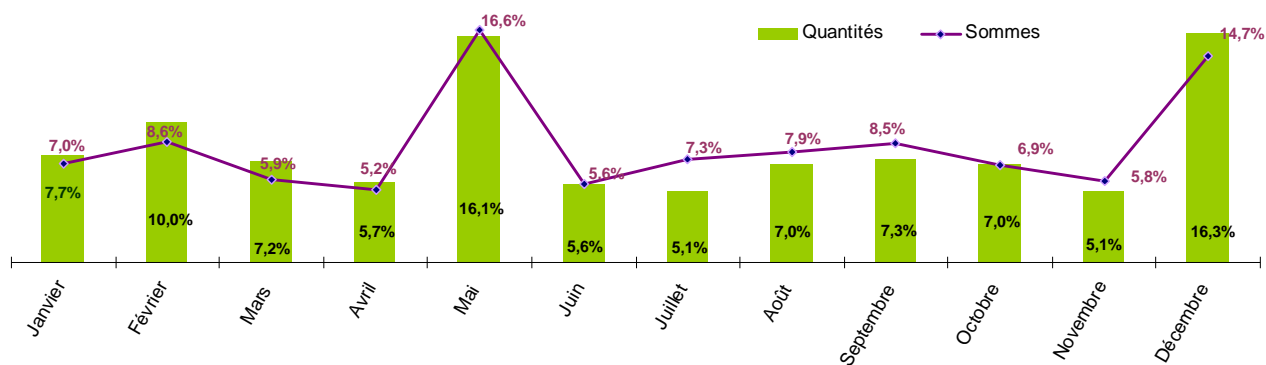
## Destination des achats des présentations florales

	Bouquets ronds		Compositions florales	
	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	10 %	6 %	9 %	9 %
<b>Pour offrir</b>	90 %	94 %	91 %	92 %
Pour offrir à une personne du foyer	14 %	14 %	11 %	12 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	77 %	80 %	80 %	79 %

## Calendrier d'achat des présentations florales

Les deux principaux pics d'achat ont lieu en mai et décembre. Les dépenses pour des présentations florales sont particulièrement effectuées aux anniversaires (25 %), aux invitations (15 %), aux fêtes de fin d'année (11 %) et à la fête des mères (10 %).

## Saisonnalité des achats



## ▪ Détail par lieu d'achat des végétaux d'intérieur

Les fleuristes bénéficient toujours du plus grand nombre d'acheteurs. Cependant, leur pénétration diminue de 2 points au profit de la grande distribution qui continue de progresser sur ce segment de marché.

### → Fleuristes

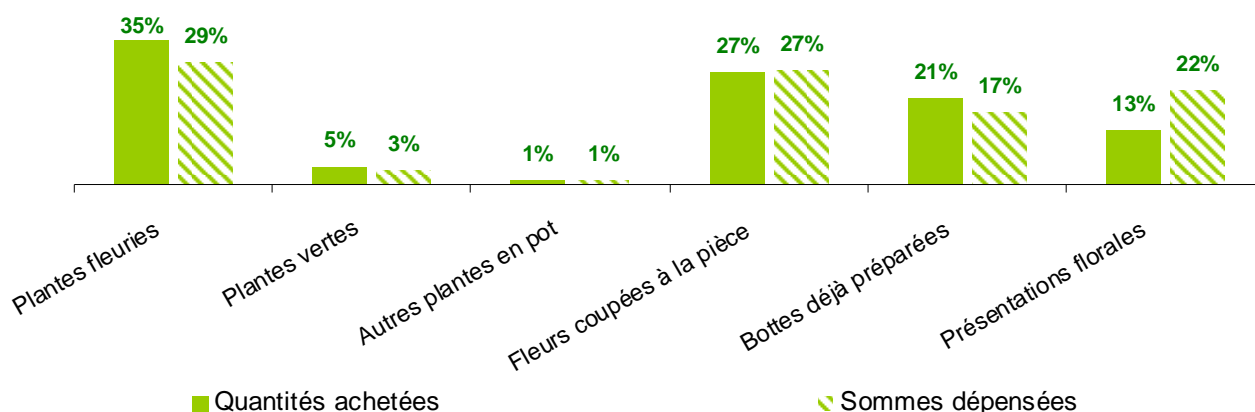
En 2014, les achats chez les fleuristes de végétaux ont représenté 34 % des volumes et 51 % des valeurs, soit 707,6 millions d'euros (en baisse de 6,8 % par rapport à 2013).

- 24,8 % des volumes sont achetés chez les fleuristes en boutique traditionnelle (- 3% / 2013). Ces achats représentent 39,5 % des sommes dépensées, soit 546,4 millions d'euros (-5,3 % / 2013) ;
- 8,7 % des volumes sont achetés chez les fleuristes appartenant à une chaîne (-8,8 % / 2013). Ces achats représentent 11,7 % des sommes dépensées, soit 161,2 millions d'euros (- 11,6 % / 2013).

### Les catégories de végétaux

Les plantes fleuries sont les principaux végétaux d'intérieur achetés chez les fleuristes : elles représentent 35 % des quantités de végétaux d'intérieur achetées dans ce circuit d'achat, et 29 % des sommes dépensées. Viennent ensuite les fleurs coupées à la pièce, les bottes déjà préparées et les présentations florales.

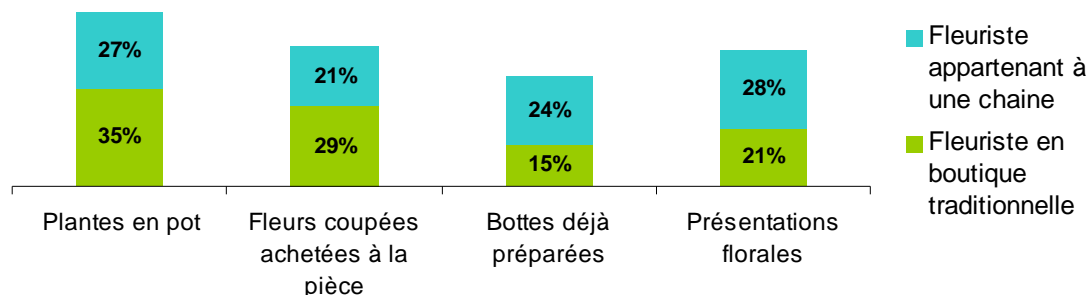
### Catégories de végétaux achetées chez les fleuristes



Quelques différences apparaissent toutefois selon le type de fleuristes considéré. Ainsi, si davantage de dépenses en plantes fleuries et en fleurs coupées à la pièce sont réalisées chez les fleuristes traditionnels que chez les fleuristes appartenant à une chaîne, l'inverse se produit en ce qui concerne les achats de bottes déjà préparées et les présentations florales.

### Répartition des achats en boutique traditionnelle ou chez un fleuriste appartenant à une chaîne

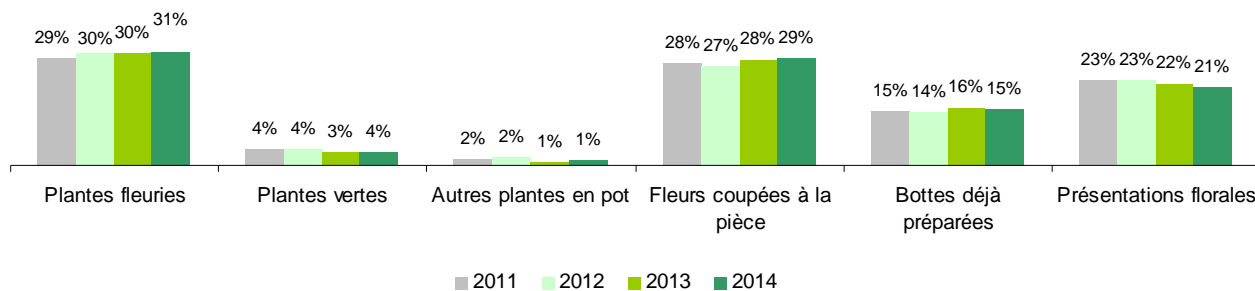
% des sommes dépensées



L'évolution des achats par catégorie de végétaux est, elle aussi, assez contrastée selon les circuits de distribution. Ainsi, si les achats de plantes fleuries et de présentations florales chez les fleuristes en boutique traditionnelle sont assez stables, ils tendent à progresser chez les fleuristes appartenant à une chaîne. A l'inverse, les achats de fleurs coupées à la pièce dans ce circuit de distribution ont fortement régressé entre 2013 et 2014 (- 7 points), alors qu'ils sont restés relativement constants chez les fleuristes traditionnels.

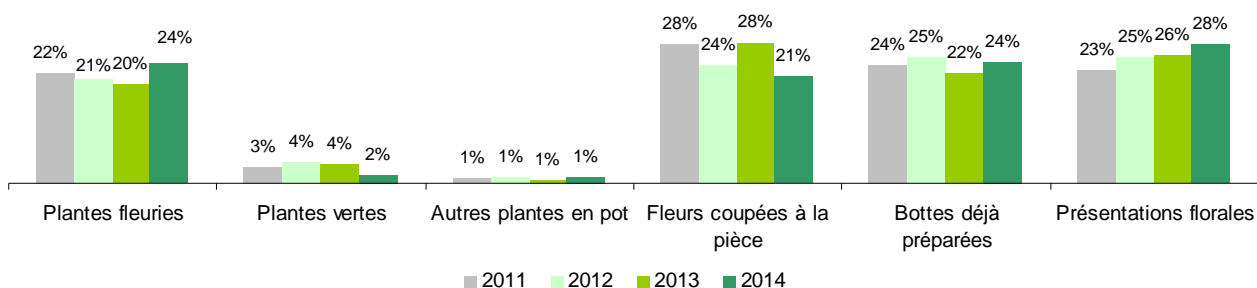
### Evolution des achats par catégorie de végétaux d'intérieur chez les fleuristes en boutique traditionnelle

% des sommes dépensées



### Evolution des achats par catégorie de végétaux d'intérieur chez les fleuristes appartenant à une chaîne

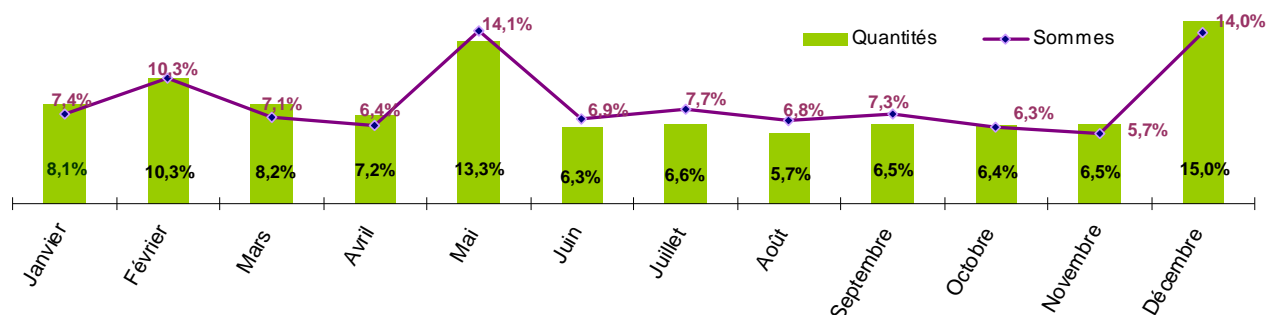
% des sommes dépensées



### Calendrier d'achat chez les fleuristes

Sur l'année civile 2014, les achats de végétaux chez les fleuristes ont été assez stables, à l'exception des mois de mai (fête du travail, fête de mères) et de décembre (fêtes de fin d'année) qui sont marqués par des pics d'achat, tant en volume qu'en valeur.

### Saisonnalité des achats



## → Grande distribution (grandes surfaces alimentaires et les jardinerias d'hypermarché)

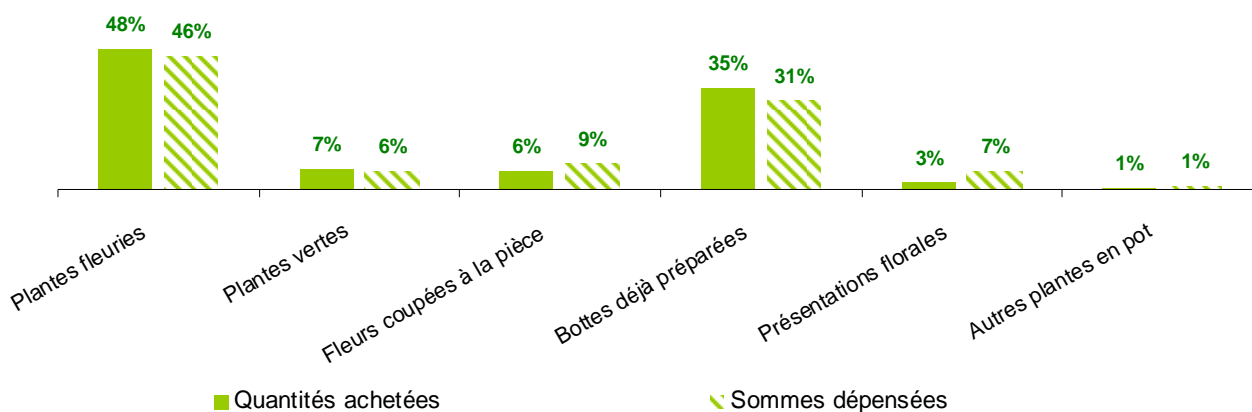
En 2014, les achats en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerias d'hypermarché) de végétaux d'intérieur ont représenté 30 % des volumes et 17 % des valeurs soit 239,3 millions d'euros en hausse de 1,2 % par rapport à 2013. Plus précisément :

- 27,2 % des volumes ont été achetés en grandes surfaces alimentaires (+ 5,5 % / 2013). Ces achats représentent 15,2 % des sommes dépensées, soit 209,6 millions d'euros (+ 1,6 % / 2013) ;
- 2,7 % des volumes ont été achetés en jardinerias d'hypermarché (+ 4,9 % / 2013). Ces achats représentent 2,1 % des sommes dépensées, soit 29,7 millions d'euros (-1% / 2013).

### Les catégories de végétaux

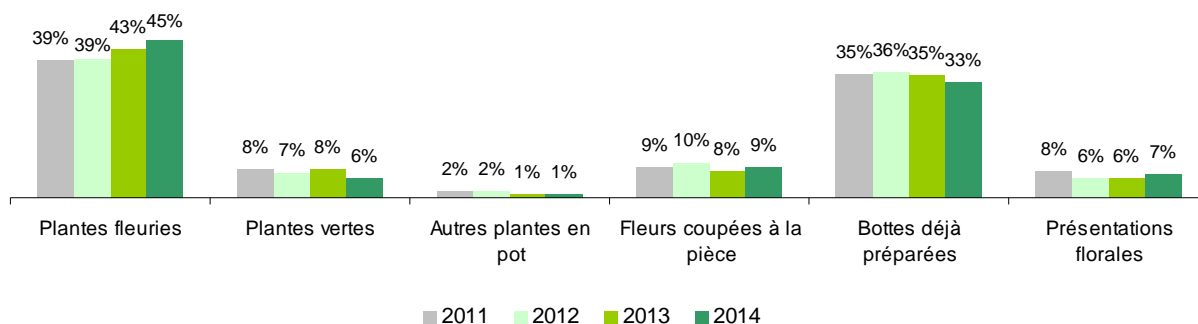
Les plantes fleuries et les bottes de fleurs déjà préparées représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur en grande distribution, loin devant les plantes vertes, les fleurs coupées, les présentations florales et les autres plantes en pot.

### Catégories achetées en grande distribution



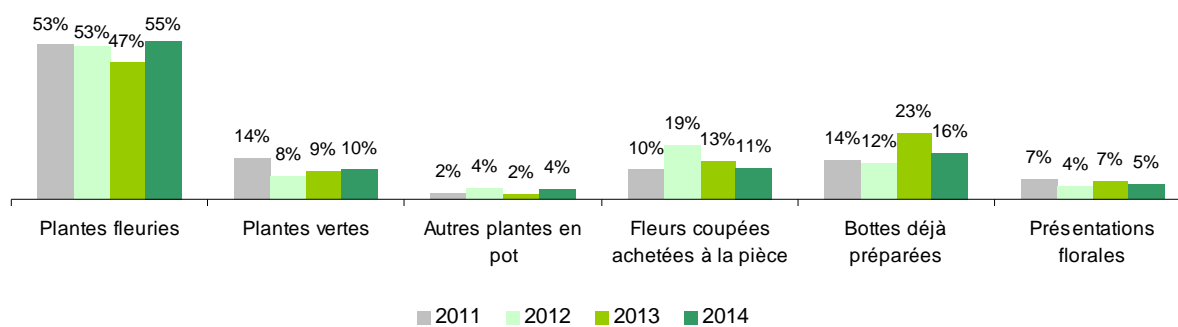
Les achats (en valeur) de plantes fleuries progressent, tant dans les grandes surfaces alimentaires que dans les jardinerias d'hypermarché. A l'inverse, les achats en valeur de la plupart des autres végétaux d'intérieur, diminuent d'année en année.

### Evolution des achats par catégorie de végétaux d'intérieur en grandes surfaces alimentaires % des sommes dépensées



## Evolution des achats par catégorie de végétaux d'intérieur en jardinerie d'hypermarché

% des sommes dépensées



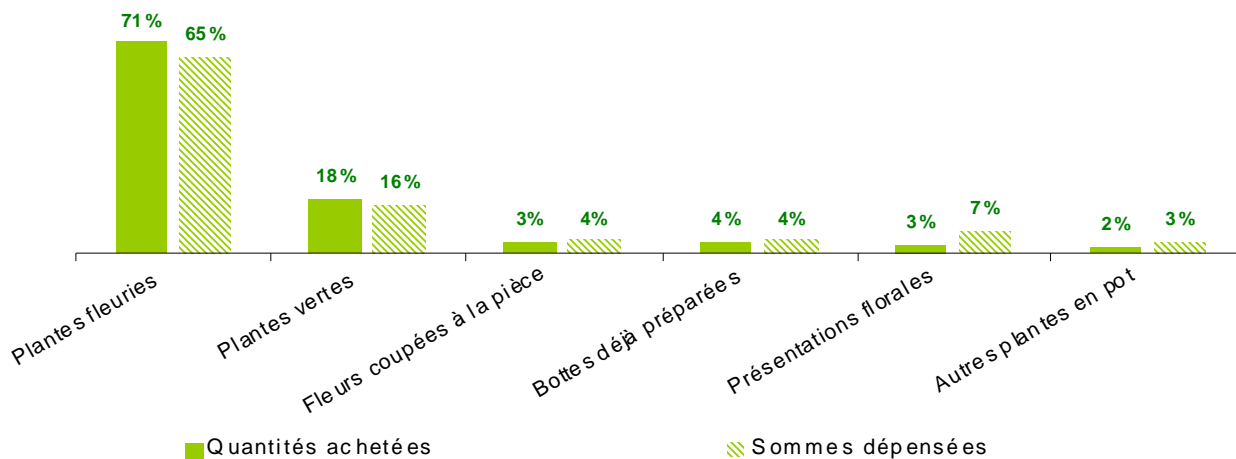
## → Jardineries spécialisées

En 2014, les achats en jardinerie spécialisée en végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté 12,2 % des volumes et 11,8 % des valeurs, soit 162,7 millions d'euros (en hausse de 0,3 % par rapport à 2013).

### Les catégories de végétaux

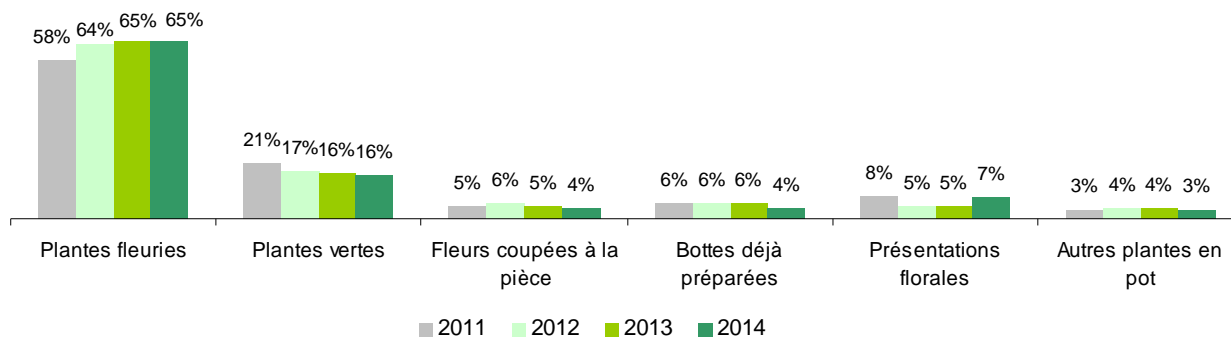
Les plantes fleuries représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur en jardinerie spécialisée, tant en volume qu'en valeur. Par ailleurs, les achats en valeur de plantes fleuries dans ce type de magasin ont progressé de 7 points entre 2011 et 2014 au détriment des achats d'autres végétaux.

### Catégories achetées en jardinerie spécialisée



### Evolution des achats de catégorie de végétaux d'intérieur en jardinerie spécialisée

% des sommes dépensées



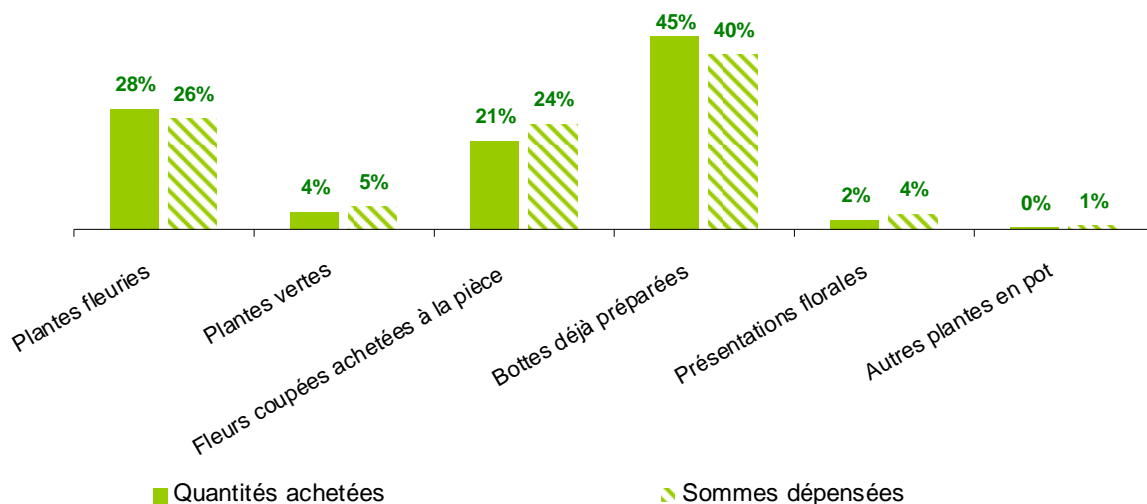
## → Marché ou foire

En 2014, les achats sur un marché ou une foire de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté 12,2 % des volumes et 7,9 % des valeurs, soit 108,7 millions d'euros (en hausse de 1,2 % par rapport à 2013).

### Les catégories de végétaux

Les bottes déjà préparées (dont 32,5 % des sommes dépensées pour les bottes d'une seule espèce et 8 % de bottes de fleurs de plusieurs espèces), les plantes fleuries et les fleurs coupées représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur sur les marchés ou les foires.

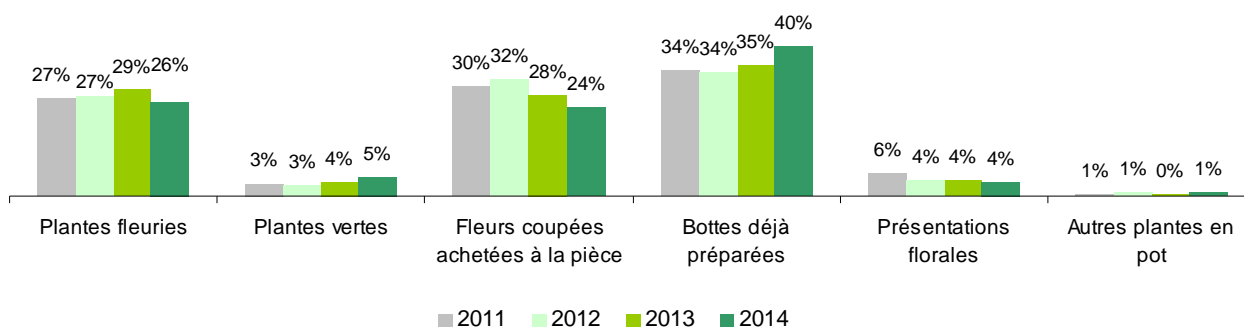
### Catégories achetées sur un marché ou une foire



Les achats sur ce type de circuit de distribution connaissent des évolutions différentes selon les catégories de végétaux considérés. Les achats de bottes déjà préparées ont ainsi augmenté de 5 points entre 2013 et 2014 au détriment des achats de plantes fleuries et de fleurs coupées achetées à la pièce (respectivement -3 et -4 points entre 2013 et 2014).

### Evolution des achats de catégorie de végétaux d'intérieur sur un marché ou une foire

% des sommes dépensées



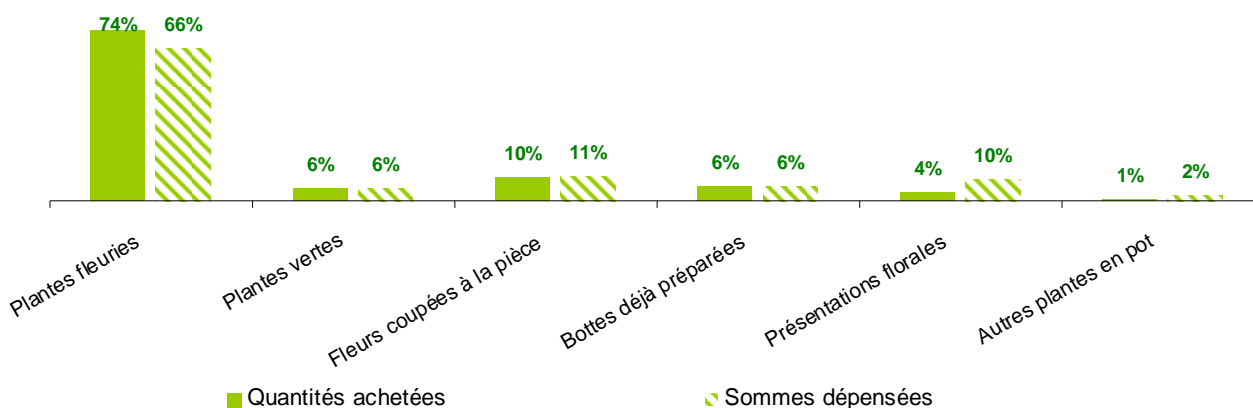
## → Achat sur le lieu d'exploitation

En 2014, les achats sur le lieu d'exploitation de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté 4,5 % des volumes et 4,2 % des valeurs, soit 57,7 millions d'euros (en hausse de 12,5 % par rapport à 2013).

### Les catégories de végétaux

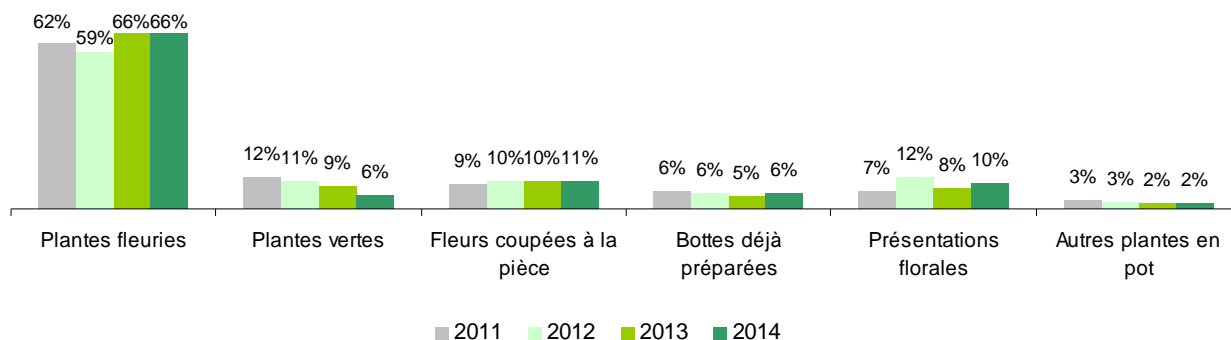
Les plantes fleuries représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur sur l'exploitation. Les achats de ce type de végétaux sont restés stables entre 2013 et 2014. Ils représentent les 2/3 des sommes dépensées dans ce circuit de distribution. A l'inverse, les achats de plantes vertes ne cessent de régresser depuis 2011 tandis que les achats de présentations florales se sont légèrement améliorés par rapport à l'année dernière (+ 2 points entre 2013 et 2014).

### Catégories achetées sur le lieu d'exploitation



### Evolution des achats de catégorie de végétaux d'intérieur sur l'exploitation

% des sommes dépensées





# Achats de végétaux d'extérieur

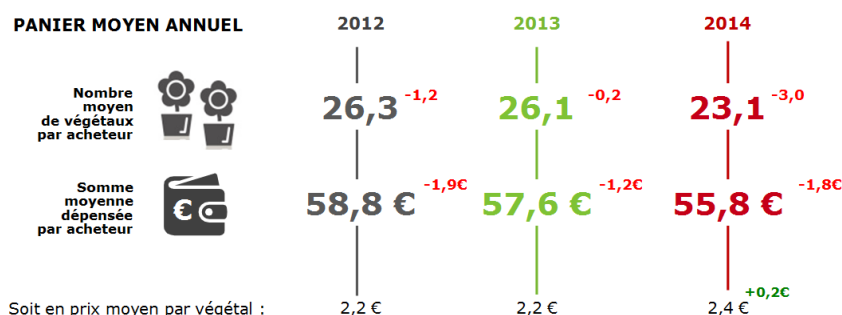
Les achats de végétaux d'extérieur ont représenté en 2014 un montant global de 848,5 millions d'euros. Ce marché affiche une baisse de 9,3 % en volume et de 1,4 % en valeur par rapport à 2013 malgré une progression du nombre d'acheteurs (+1,2 %).

## ■ Panier moyen

Bien que le nombre d'acheteurs ait légèrement progressé, les volumes de végétaux d'extérieur achetés ont fortement reculé, et ce plus vite que les sommes dépensées.

Le comportement d'achat est en effet en forte baisse en volume : 3 végétaux de moins par foyer acheteur sur l'année. Toutefois, il est en partie compensé par une hausse du prix moyen du végétal.

## Nombre moyen de végétaux d'extérieur et somme moyenne dépensée par acheteur



Rappel : en 2014 en France, 27,8 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

Base : ensemble des végétaux

## ■ Profil des acheteurs

Les acheteurs de végétaux d'extérieur présentent un profil particulier : il s'agit plutôt de séniors en couple, vivant en maison individuelle et aux revenus confortables. En 2014, on constate une accentuation des caractéristiques d'âge et de revenus.

Par rapport à 2013, on note ainsi une présence moindre des acheteurs de 35-49 ans au profit des 65 ans ou plus, et une plus faible proportion de foyers à revenus faibles.

## Profil des acheteurs de végétaux d'extérieur (VE)

		Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	VE
Base				
		7000	5415	3178
Age du chef de famille	Moins de 35 ans	17%	15%	13%
	35-49 ans	26%	24%	22% -
	50-64 ans	28%	29%	31%
	65 ans et plus	29%	32%	34% +
PCS du chef de famille	PCS+	32%	32%	32%
	PCS-	28%	26%	23%
	Inactif	40%	42%	45%
Revenus	Moins de 1500€	21%	18%	15% -
	1501 à moins de 3000€	51%	52%	51%
	3001€ et plus	28%	30%	34%
Taille du foyer	1 personne	35%	32%	28%
	2 personnes	33%	35%	39%
	3 personnes	14%	14%	14%
	4 personnes et plus	18%	19%	19%
Région	Région parisienne	18%	17%	16%
	Nord-Est	22%	23%	23%
	Ouest	23%	24%	24%
	Sud-ouest	12%	12%	12%
	Sud-est	25%	24%	25%
Logement	Maison	60%	64%	72%
	Appartement	40%	36%	28%



Des acheteurs de végétaux d'extérieur, plus que l'ensemble de la population :

- ✓ séniors et donc inactifs
- ✓ en couple
- ✓ en maison individuelle
- ✓ aux revenus confortables

Versus 2013 :

- ✓ Moins de 35-49 ans chez les acheteurs au profit des 65 ans ou plus
- ✓ Moins de foyers à revenus faibles.

XX% : significativement > référence nationale  
 XX% : significativement < référence nationale  
 +/- : significativement > 2013

## ■ Catégories de végétaux d'extérieur achetés

Les plantes à massif et les plantes vivaces dominent les achats de végétaux d'extérieur : en 2014, elles représentent 35,4 % des volumes achetés et 21,4 % des sommes dépensées. Toutefois, ce type de végétaux voit sa part de marché diminuer en volume, perte qui s'explique essentiellement par un recul des quantités achetées de plantes à massif. Malgré tout, la part de marché en valeur de ces plantes reste stable grâce à une meilleure valorisation des plantes vivaces.

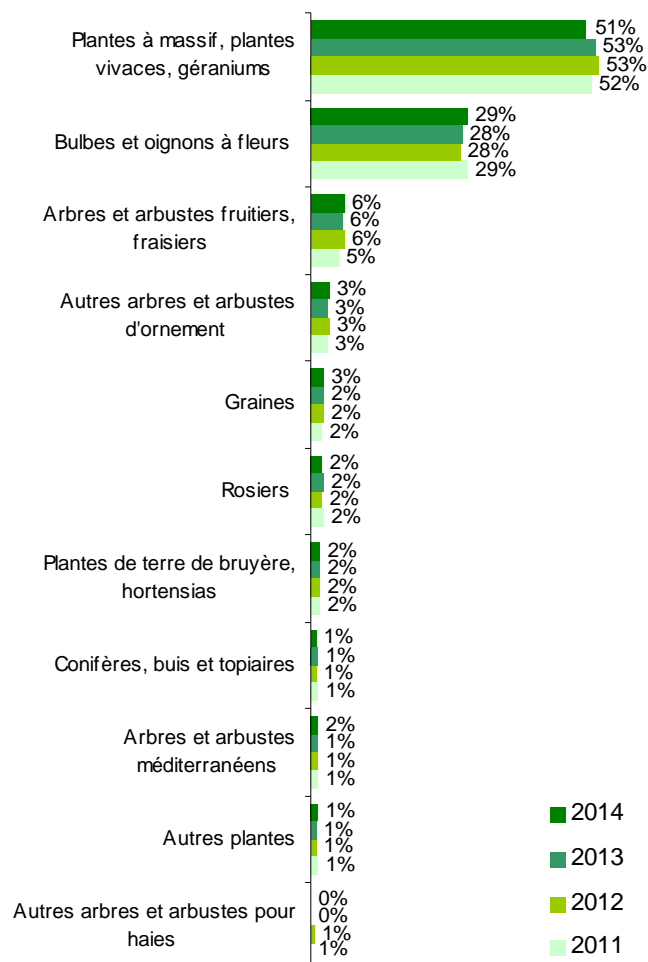
### Evolution des quantités achetées et des sommes dépensées en végétaux d'extérieur entre 2013 et 2014

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2014 vs 2013 en %	Sommes dépensées extrapolées (milliers d'euros)	Evolution 2014 vs 2013 en %
<b>Arbres et arbustes fruitiers</b>	5 466	-3,9%	79 144	4,3%
Arbres fruitiers	2 223	-8,1%	55 456	-1,5%
Arbustes petits fruits	3 243	-0,8%	23 688	21,2%
<b>Fraisiers</b>	15 597	-0,8%	18 107	-1,7%
<b>Rosiers</b>	7 371	-15,0%	79 710	5,3%
<b>Conifères</b> (isolés, de rocaille ou de haies)	2 307	-25,0%	20 236	-35,1%
<b>Autres arbres et arbustes pour haies</b>	1 353	-6,1%	10 211	-7,5%
<b>Arbres et arbustes méditerranéens</b>	4 974	-5,7%	81 172	4,4%
<b>Plantes de terres de bruyère</b>	4 142	-1,4%	38 713	1,5%
<b>Buis et topiaires</b>	1 660	-31,1%	14 411	-9,0%
<b>Autres arbres et arbustes d'ornement</b>	11 463	-0,3%	111 291	9,2%
<b>Plantes à massif et plantes vivaces</b>	119 038	-9,5%	182 260	0,1%
Plantes vivaces	17 780	2,6%	58 132	8,9%
Plantes à massif	101 259	-11,3%	124 128	-3,6%
<b>Géraniums</b>	51 144	-19,0%	94 537	-16,0%
<b>Hortensias</b>	1 863	-13,3%	19 791	16,4%
<b>Bulbes et oignons à fleurs</b>	96 949	-5,7%	51 385	-1,1%
<b>Graines</b> (de fleurs, de gazon)	8 255	-1,9%	31 319	-11,3%
Plantes aquatiques	296	-5,1%	2 600	139,6%
Cyclamens	2 086	19,2%	5 389	10,6%
Chrysanthèmes	1 089	-25,5%	4 250	-28,3%
Autres plantes d'ornement	865	13,8%	4 061	2,7%
<b>Total</b>	<b>335 919</b>	<b>-9,3%</b>	<b>848 533</b>	<b>-1,4%</b>

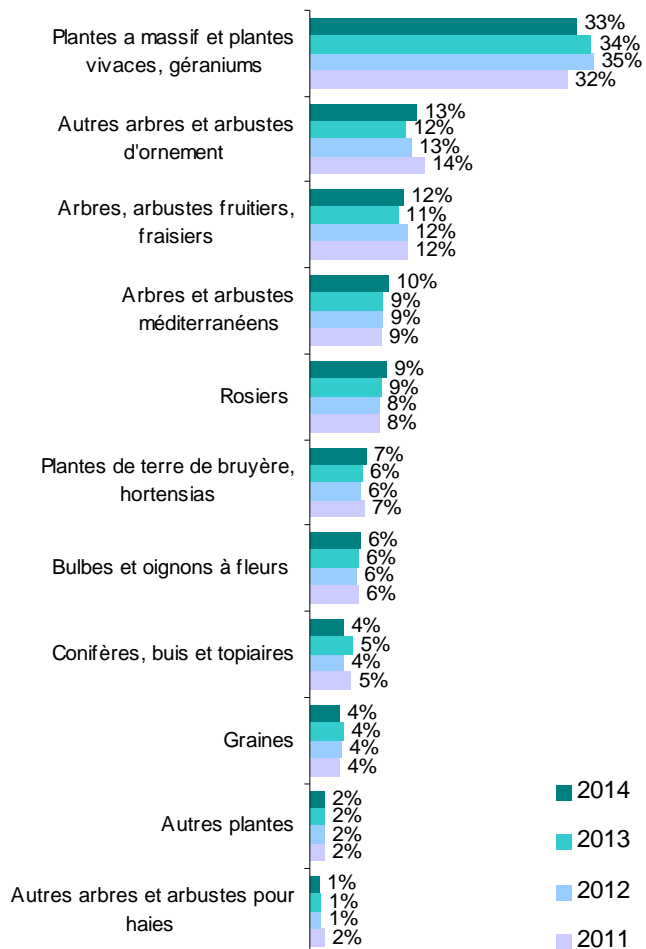
## ◇ Répartition et évolution des catégories de végétaux achetés

Bien qu'en retrait par rapport à 2013, les parts de marché des plantes à massif, vivaces et géraniums demeurent largement dominantes, tant en volume qu'en valeur.

**Catégories de végétaux d'extérieur**  
% volume (hors imprécis)



**Catégories de végétaux d'extérieur**  
% valeur (hors imprécis)



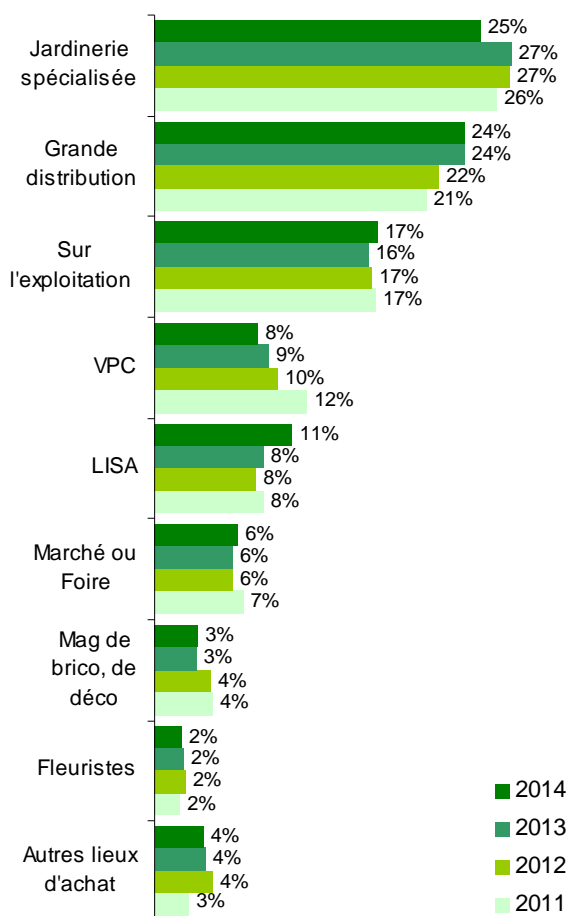
## ■ Lieux d'achat des végétaux d'extérieur

Dans un contexte de baisse globale du marché des végétaux d'extérieur en 2014, les achats en jardinerie spécialisée, leader sur ce secteur, accusent une baisse de leurs parts de marché de 2,4 points en volume et en valeur par rapport à 2013. Les achats sur le lieu d'exploitation et en grande distribution maintiennent en revanche leurs positions. Les livres services agricoles affichent, quant à eux, une augmentation de leurs parts de marché entre 2011 et 2014 (+ 2 points en volume et 1,5 point en valeur). A l'inverse, les achats en vente par correspondance reculent de 3,7 points en volume, et de 2 points en valeur sur cette période.

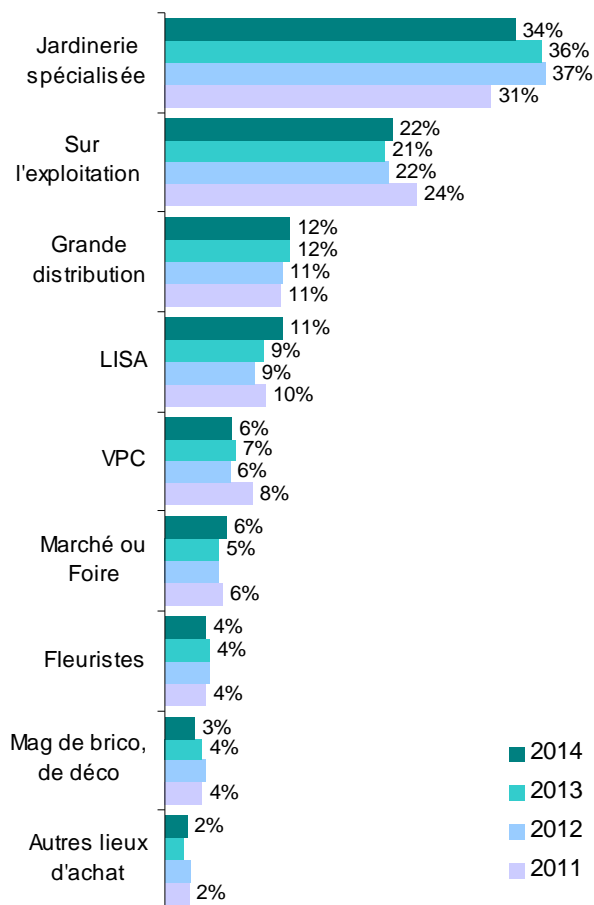
## Evolution des quantités achetées et des sommes dépensées en végétaux d'extérieur par lieu d'achat

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2014 vs 2013 en %	Sommes dépensées extrapolées (milliers d'euros)	Evolution 2014 vs 2013 en %
<b>Fleuristes</b>	6 983	-15,8%	33 423	-8,8%
Fleuriste en boutique traditionnelle	5 497	-17,2%	27 156	-13,8%
Fleuriste appartenant à une chaîne	1 486	-10,1%	6 266	21,7%
<b>Sur exploitation</b>	57 269	-5,8%	183 502	1,8%
<b>Marché ou Foire</b>	21 298	-4,8%	49 917	11,3%
<b>Jardinerie Spécialisée</b>	83 777	-17,4%	284 404	-7,9%
<b>Grande Distribution</b>	79 596	-9,5%	101 297	-1,0%
Jardinerie d'hypermarché	14 965	3,6%	23 809	15,1%
Hyper, Super, Supérette	64 632	-12,1%	77 487	-5,0%
<b>Coop agricole, libre service</b>	35 426	14,7%	95 065	18,3%
<b>Vente par correspondance</b>	26 385	-18,2%	54 269	-6,9%
<b>Magasin de bricolage ou de déco</b>	11 157	-6,3%	24 814	-18,8%
Autres lieux d'achat	14 028	-3,1%	21 899	17,3%
<b>Total</b>	<b>335 919</b>	<b>-9,3%</b>	<b>848 588</b>	<b>-1,4%</b>

**Répartition des achats de végétaux d'extérieur selon les lieux d'achat**  
% volume (hors imprécis)

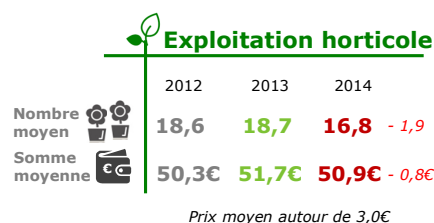
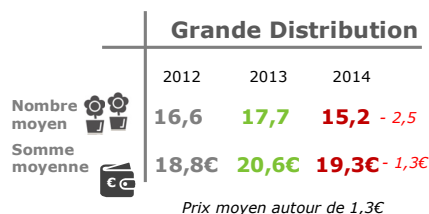
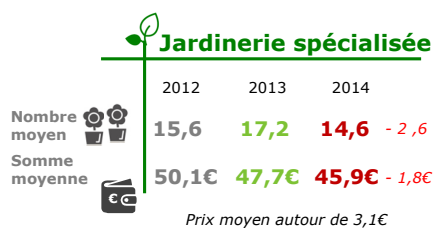


**Répartition des achats de végétaux d'extérieur selon les lieux d'achat**  
% valeur (hors imprécis)



A l'exception des coopératives agricoles ou LISA, les paniers moyens volume et valeur en végétaux d'extérieur sont en recul pour l'année 2014.

### Panier moyen par circuit d'achat

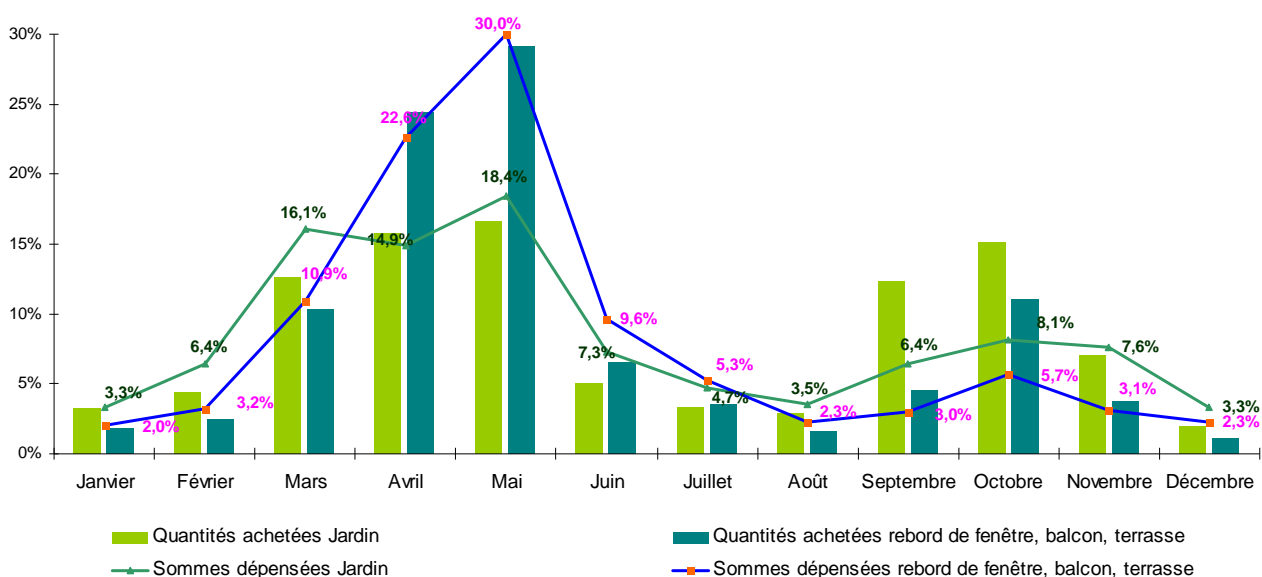


© TNS

### - Saisonnalité

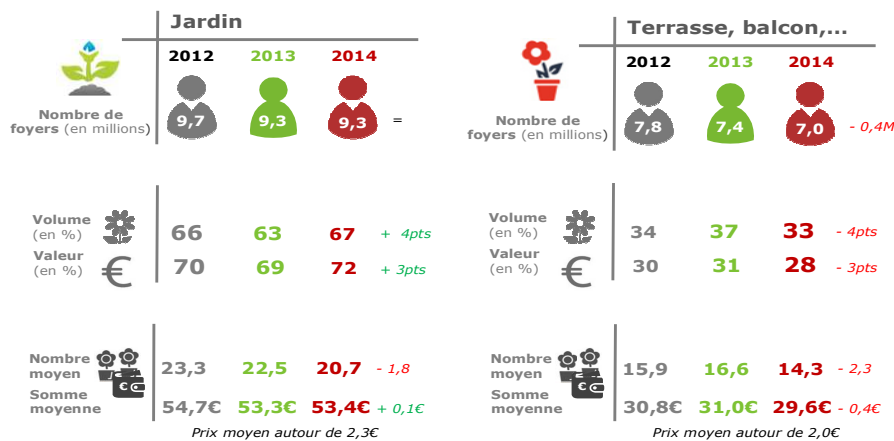
Les achats de végétaux d'extérieur se concentrent sur les mois de mars, avril et mai (période de sortie de l'hiver et de retour des beaux jours), et dans une moindre mesure entre septembre et novembre. Ainsi, les quantités achetées et les sommes dépensées pour le jardin entre mars et mai 2014 représentent près de la moitié des volumes et des sommes dépensées sur l'année. Les achats pour le balcon ou la terrasse ont représenté, sur la même période, 60 % des volumes et 62 % des dépenses.

### Calendrier des achats de végétaux d'extérieur



## ■ Destination des achats

Par rapport à 2013 et 2012, on observe en 2014 une contraction des achats de végétaux d'extérieur pour les terrasses et balcons, aussi bien en volume qu'en valeur, au profit des végétaux d'extérieur pour jardin. Cette diminution s'explique en partie par la baisse du nombre de ménages achetant des végétaux d'extérieur pour terrasses, balcons et rebords des fenêtres.



Base: acheteurs et achats de VE en fonction de la destination

© TNS

## ■ Profil des acheteurs selon la destination

Le profil des acheteurs diffère selon la destination des végétaux pour l'extérieur.

Le profil des acheteurs de végétaux pour le jardin n'a pas évolué par rapport à 2013. Il s'agit plutôt de familles résidant en maison individuelle dans l'Ouest de la France et aux revenus aisés.

A l'inverse, on observe une petite évolution du profil des acheteurs de végétaux pour les terrasses, balcons et rebords de fenêtre. Dans l'ensemble, il s'agit plutôt de personnes résidant en appartement en zone urbaine, âgées de 65 ans et plus, vivant seules dans leur foyer et ayant des revenus modestes.

Par ailleurs, on constate en 2014 une accentuation du fleurissement des appartements, avec une légère progression du poids des très jeunes acheteurs.

### Profil des acheteurs par destination des végétaux d'extérieur

	Base	Jardin		Terrasse, balcon	
		2013 2345	2014 2341	2013 1854	2014 1769
<b>Age du chef de famille</b>	Moins de 35 ans	12%	12%	10%	12% +
	35-49 ans	25%	23%	23%	21%
	50-64 ans	31%	32%	32%	31%
	65 ans et plus	32%	33%	35% +	36%
<b>PCS du chef de famille</b>	PCS+	32%	33%	30%	30%
	PCS-	23%	22%	21%	23%
	Inactif	45%	45%	49%	47%
<b>Revenus</b>	Moins de 1500€	15%	15%	18%	17%
	1501 à moins de 3000€	49%	51%	49%	51%
	3001€ et plus	36%	34%	33%	32%
<b>Taille du foyer</b>	1 personne	23%	24%	30%	31%
	2 personnes	42%	41%	41%	40%
	3 personnes	15%	14%	13%	13%
	4 personnes et plus	20%	21%	16%	16%
<b>Région</b>	Région parisienne	13%	13%	17%	18%
	Nord-Est	24%	23%	25%	24%
	Ouest	28%	27%	23%	21%
	Sud-ouest	13%	13%	12%	12%
	Sud-est	22%	24%	23%	25%
<b>Logement</b>	Maison	84%	83%	66% +	62%
	Appartement	16%	17%	34% +	38% +

XX% : significativement > autre population

+/- évolution significative versus année précédente

© TNS

## ▪ Détail par catégorie de végétaux d'extérieur

### → Plantes à massif, vivaces et géraniums

En 2014, les foyers français ont acheté 170,2 millions de plantes à massif, vivaces ou géraniums pour un montant global de dépenses de 276,8 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe un retrait des achats en volume (- 12,6 %) et une diminution des valeurs (- 6,1 %). Par rapport à la moyenne des trois dernières années, la baisse est encore plus prononcée : - 19 % en volume et - 9 % en valeur. Plus précisément, ces achats se décomposent de la manière suivante :

- 101,3 millions de plantes à massif (annuelles ou bisannuelles) (- 11,3 % / 2013) pour 124,1 millions d'euros (- 3,6 %) ;
- 17,8 millions de plantes vivaces (+ 2,6 % / 2013) pour 58,1 millions d'euros (+ 8,9 %) ;
- 51,1 millions de géraniums (- 19 % / 2013) pour 94,5 millions d'euros (- 16 %).

### Lieux d'achat des plantes à massif, vivaces ou géraniums

Top 3 en valeur selon le type de végétaux :

#### Plantes à massif

- en jardinerie spécialisée (33 %) ;
- sur exploitation (26%) ;
- en grande distribution et sur les marchés ou foires (10%).

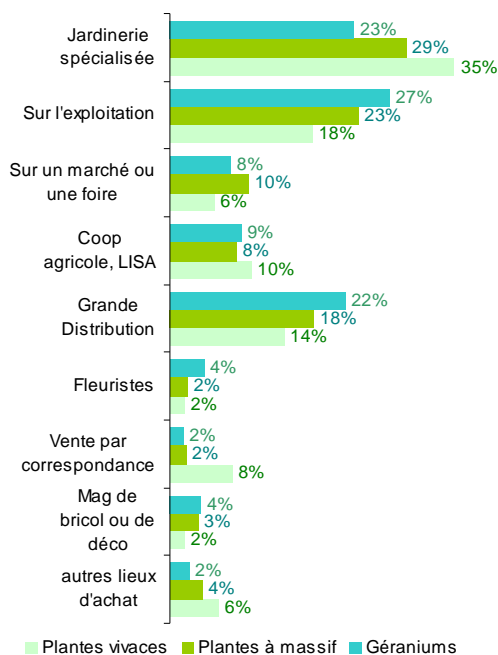
#### Plantes vivaces :

- en jardinerie spécialisée (38 %) ;
- sur exploitation (18%) ;
- en libre service agricole et en grande distribution (respectivement 12 % et 11%).

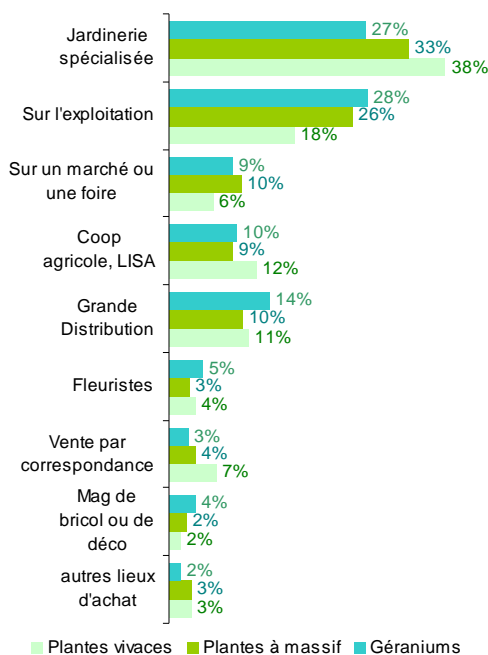
#### Géraniums :

- sur exploitation (28%) ;
- en jardinerie spécialisée (27 %) ;
- en grande distribution (14 %).

**Répartition des achats des plantes à massifs, vivaces ou géraniums selon les lieux d'achat**  
% volume (hors imprécis)

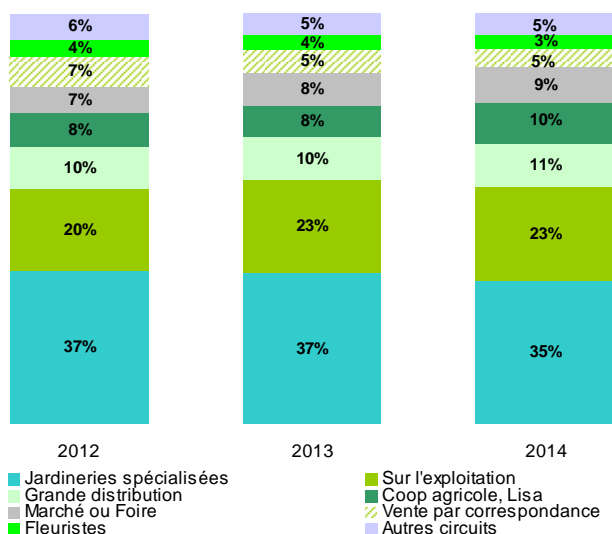


**Répartition des achats des plantes à massifs, vivaces ou géraniums selon les lieux d'achat**  
% valeur (hors imprécis)



En termes d'évolution des lieux d'achat, on observe une légère baisse des achats en valeur dans les jardineries spécialisées au profit des coopératives agricoles, de la grande distribution et des marchés / foires.

### Evolution des lieux d'achat des plantes à massif, vivaces ou géraniums (% des sommes dépensées)



### Destination des achats des plantes à massif, vivaces ou géraniums

La grande majorité des plantes vivaces et des plantes à massif est destinée au jardin. A l'inverse, les géraniums sont davantage utilisés pour fleurir les rebords de fenêtre, les balcons et les terrasses.

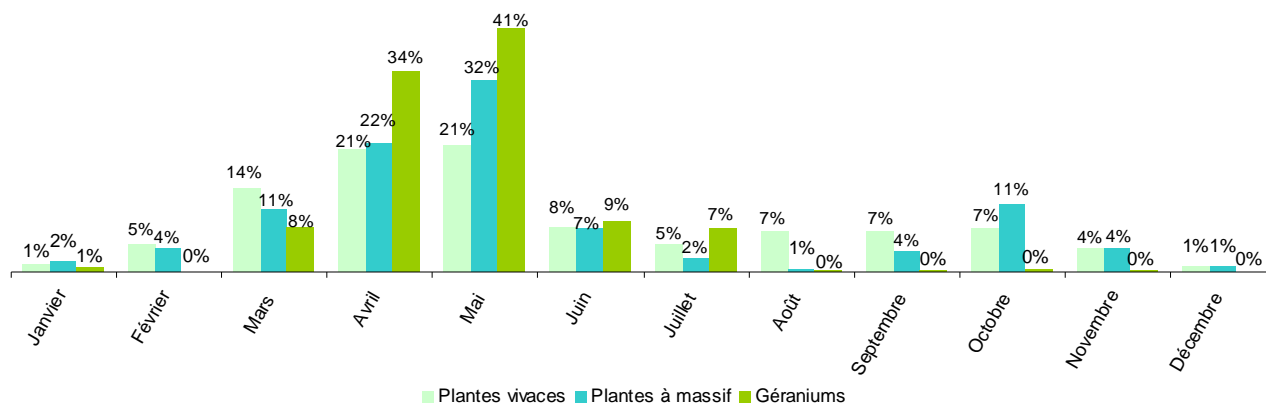
#### Destination des achats

	Jardin	Rebord de fenêtre, balcon, terrasse
Plantes vivaces	73%	27%
Plantes à massif	59%	41%
Géraniums	26%	74%

### Calendrier d'achat des plantes à massif, vivaces ou géraniums

Les achats de plantes à massif, vivaces ou géraniums se concentrent sur les mois d'avril et de mai : 42 % des plantes vivaces, 54 % des plantes à massif et 75 % des géraniums sont achetés à cette période qui marque le début du printemps.

#### Saisonnalité des achats selon le type de végétal (% des quantités achetées)





## → Rosiers

En 2014, les foyers français ont acheté 7,4 millions de rosiers, pour un montant global de dépenses de 79,7 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des achats en volume (- 15 %), mais une hausse des valeurs (+ 5,3 %). Par rapport à la moyenne des trois dernières années, la baisse en volume s'élève à 16,6 % mais les sommes dépensées ont progressé de 2,7%.

### Lieux d'achat des rosiers

Top 3 en volume :

- en jardinerie spécialisées : 26,8 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 22,6% ;
- en vente par correspondance : 13,9 %.

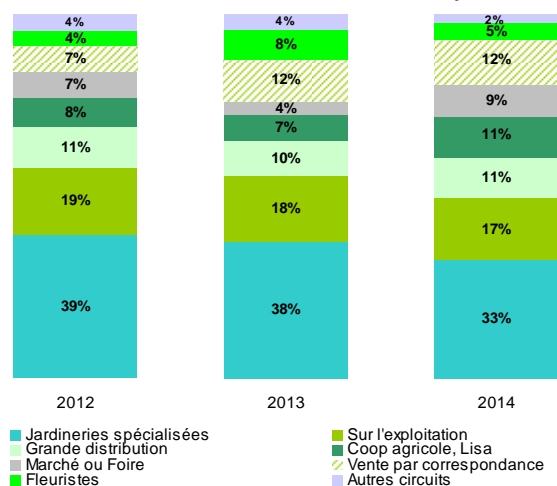
Top 3 en valeur :

- en jardinerie spécialisées : 32,6 % ;
- sur exploitation : 17,1 % ;
- en vente par correspondance : 12,1 %.

Si la grande distribution affiche 22,6 % du marché en volume, ce circuit ne représente que 10,7 % en valeur.

En termes d'évolution des lieux d'achats des rosiers, les achats en libre service agricole progressent au détriment des jardinerie spécialisées et des achats sur le lieu d'exploitation.

### Evolution des lieux d'achat des rosiers (% des sommes dépensées)

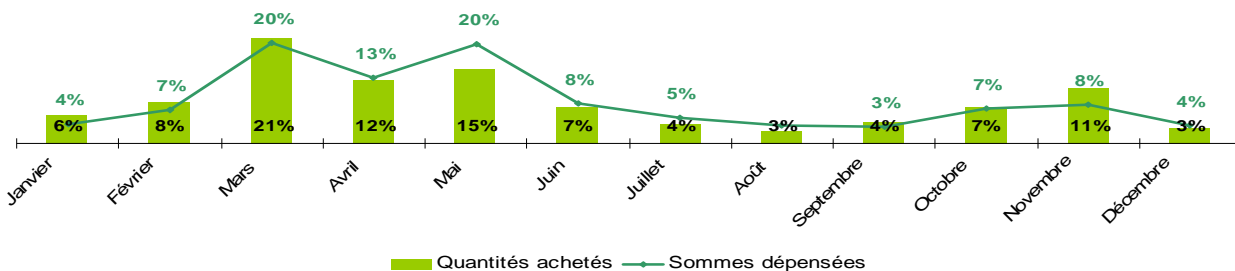


### Destination des achats de rosiers

84 % des achats de rosiers sont destinés à embellir le jardin contre 16 % au fleurissement des balcons, terrasse ou rebords de fenêtre.

### Calendrier d'achat des rosiers

#### Saisonnalité des achats de rosier



## → Fruitiers (arbres, arbustes et fraisiers)

En 2014, les foyers français ont acheté 21,1 millions d'arbres, arbustes fruitiers ou fraisiers, pour un montant global de dépenses de 97,3 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des achats en volume (- 1,6 %), mais une hausse en valeur (+ 3,1 %). En revanche, par rapport à la moyenne des trois dernières années, on observe une diminution des volumes (- 8 %) et des valeurs (- 9 %). Plus précisément, ces achats se décomposent de la manière suivante :

- 2,2 millions d'arbres fruitiers de toutes formes (- 8,1 % / 2013) pour 55,5 millions d'euros (- 1,5 %) ;
- 3,2 millions d'arbustes fruitiers (- 0,8 % / 2013) pour 23,7 millions d'euros (+ 21,2 %) ;
- 15,6 millions de fraisiers (- 0,8 % / 2013) pour 18,1 millions d'euros (- 1,7 %).

### Lieux d'achat des fruitiers

Top 3 en valeur selon le type de végétaux :

#### Les arbres fruitiers

- en jardinerie spécialisées : 34,3 % ;
- sur exploitation : 30,5 % ;
- en libre service agricole : 13,4 %.

#### Les arbustes fruitiers

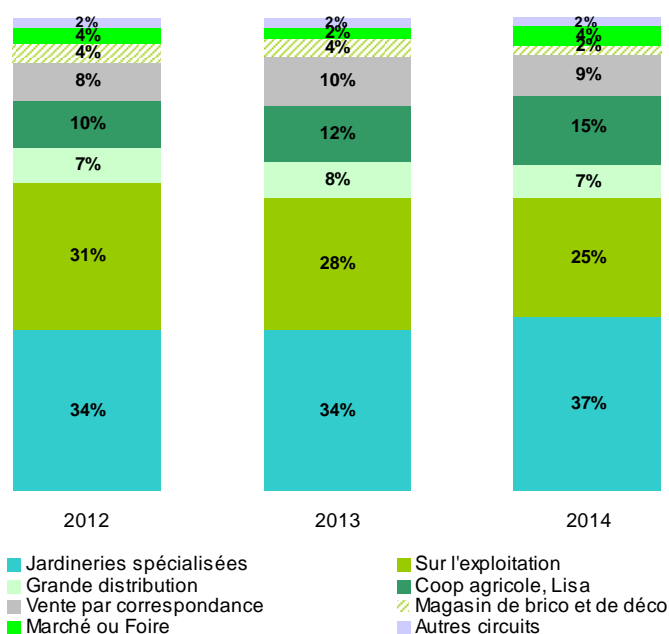
- en jardinerie spécialisées : 43,2 % ;
- en libre service agricole : 17,4 % ;
- sur exploitation et en vente par correspondance : respectivement 12,5 % et 12,2 %.

#### Les fraisiers

- en jardinerie spécialisées : 27,3 % ;
- en libre service agricole : 19,5 % ;
- en vente par correspondance : 15 %.

Entre 2012 et 2014, on constate un regain d'achats d'arbres et arbustes fruitiers en jardinerie spécialisées et en libre service agricole au détriment des achats sur le lieu d'exploitation.

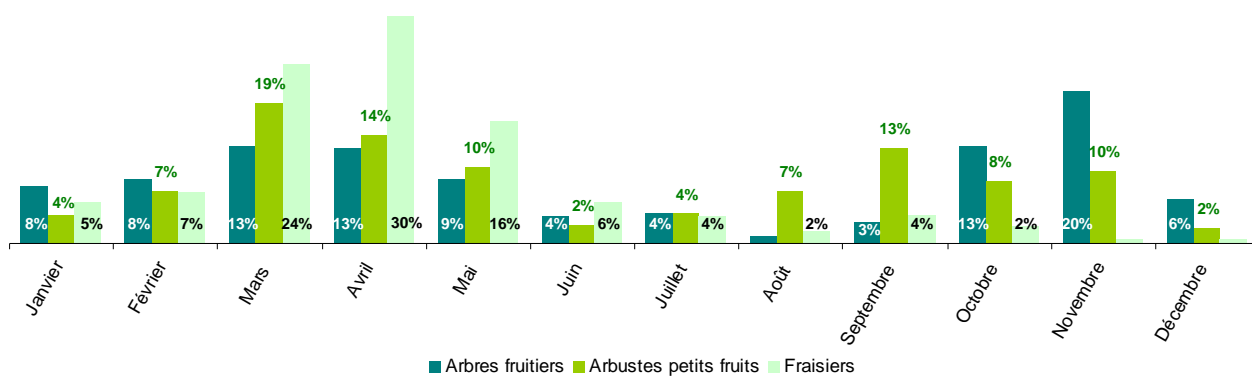
### Evolution des lieux d'achat des arbres et arbustes fruitiers (% des sommes dépensées)



## Calendrier d'achat des fruitiers

Alors que les achats de fraisiers se concentrent essentiellement sur les mois de mars à mai, les achats d'arbres et d'arbustes fruitiers se répartissent entre l'automne et le printemps, avec un pic en novembre pour les arbres fruitiers.

### Saisonnalité des achats selon le type de végétal (% des sommes dépensées)



## → Arbres et arbustes méditerranéens

En 2014, les foyers français ont acheté 5 millions d'arbres et arbustes méditerranéens pour un montant global de dépenses de 81,2 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des achats en volume (- 5,7 %) mais une hausse des valeurs (+ 4,4 %). Par rapport à la moyenne des trois dernières années, la baisse est encore plus forte (- 8 %), tandis que le marché est stable en valeur.

### Lieux d'achat des arbres et arbustes méditerranéens

Top 3 en volume :

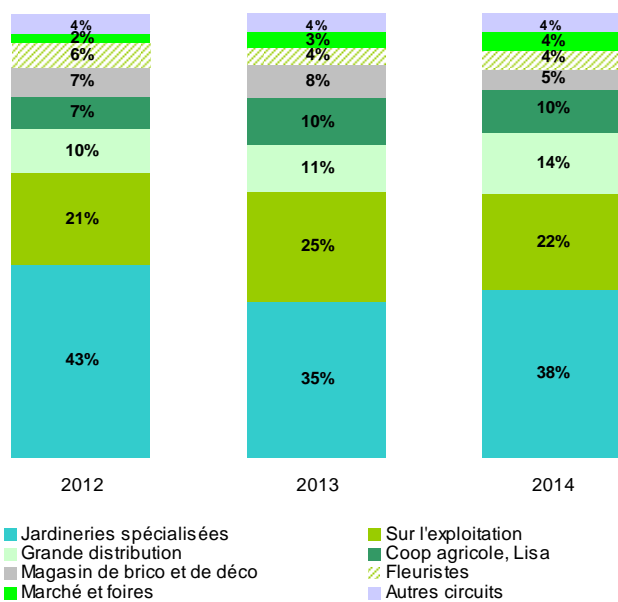
- en jardinerie spécialisée : 30 % ;
- sur exploitation : 21 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 17 %.

Top 3 en valeur :

- en jardinerie spécialisée : 38 % ;
- sur exploitation : 22 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 14 %.

En termes d'évolution, les jardinerie spécialisée et les exploitations tendent à conserver leurs parts de marché en valeur. Les achats de ce type de végétaux en grande distribution ont, quant à eux, progressé entre 2012 et 2014.

### Evolution des lieux d'achat des arbres et arbustes méditerranéens (% des sommes dépensées)



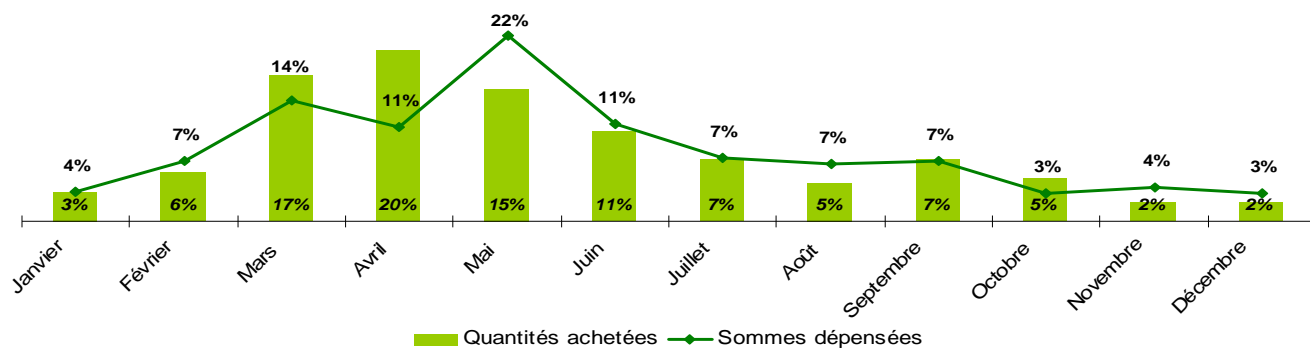
### Destination des achats d'arbres et arbustes méditerranéens

Les arbres et arbustes méditerranéens sont principalement achetés pour le jardin : 74 % des quantités achetées sont destinées à embellir le jardin, tandis que les 26 % ont pour finalité d'ornez les balcons, terrasses ou rebords de fenêtre.

### Calendrier d'achat d'arbres et arbustes méditerranéens

Les achats d'arbres et arbustes méditerranéens se concentrent sur les mois de mars à juin : sur cette période, ils représentent 63 % des quantités achetées et 58 % des sommes dépensées.

## Saisonnalité des achats



→ **Autres arbres et arbustes d'ornement** (*autre que rosiers, conifères, pour haies, méditerranéens ou buis et topiaires*).

En 2014, les foyers français ont acheté 11,5 millions d'autres arbres et arbustes d'ornement pour un montant global de 111,3 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une relative stabilité des quantités achetées et une hausse des sommes dépensées (+ 9,2 %). Cependant, ce secteur a souffert : il présente une baisse de 11 % en volume et de 5 % en valeur par rapport à la moyenne des achats des trois dernières années.

**Lieux d'achat des autres arbres et arbustes d'ornement**

Top 3 en volume :

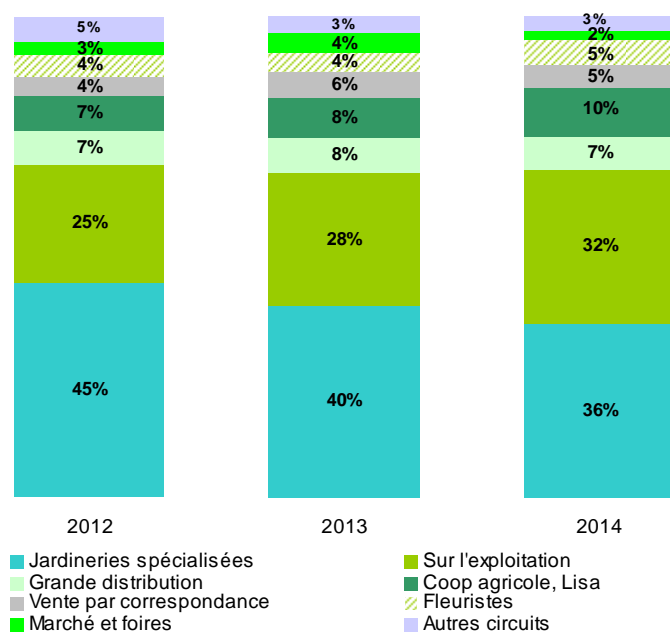
- sur exploitation : 31 % ;
- en jardinerie spécialisées : 30 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 12 %.

Top 3 en valeur :

- en jardinerie spécialisées : 36 % ;
- sur exploitation : 32 % ;
- en libre service agricole : 10 %.

En terme d'évolution des lieux d'achat des « autres arbres et arbustes d'ornement », les sommes dépensées en jardinerie spécialisées sont en baisse continue depuis 2012 au profit des achats sur l'exploitation et en libre service agricole.

**Evolution des lieux d'achat des autres arbres et arbustes d'ornement (% des sommes dépensées)**



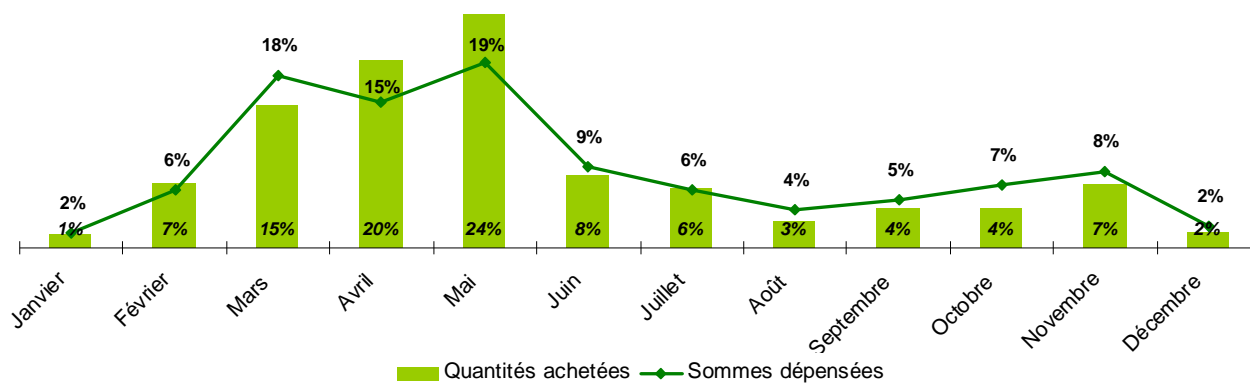
**Destination des autres arbres et arbustes d'ornement**

69 % des achats « autres arbres et arbustes d'ornement » sont destinés au jardin et 31 % à destination des balcons, terrasses ou rebords de fenêtre.

## Calendrier d'achat des autres arbres et arbustes d'ornement

La majeure partie des quantités achetées est effectuée entre le mois de mars et le mois de mai (59 %)

### Saisonnalité des achats



## → Plantes de terre de bruyère, hortensias

En 2014, les foyers français ont acheté 6 millions de plantes de terre de bruyère et d'hortensias pour un montant global de dépenses de 58,5 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des achats en volume (- 5,4 %) mais une hausse en valeur (+ 6,1 %). Par rapport à la moyenne des trois dernières années, la baisse est de 14 % en volume mais la part de marché en valeur est restée stable. Plus précisément, les achats se décomposent de la manière suivante :

- 4,1 millions de plantes de terre de bruyère (- 1,4 % / 2013) pour 38,7 millions d'euros (+ 1,5 %) ;
- 1,9 million d'hortensias (- 13,3 % / 2013) pour 19,8 millions d'euros (+ 16,4 %).

### Lieux d'achat des plantes de terre de bruyère et des hortensias

Top 3 en valeur selon le type de végétaux :

#### Plantes de terre de bruyère

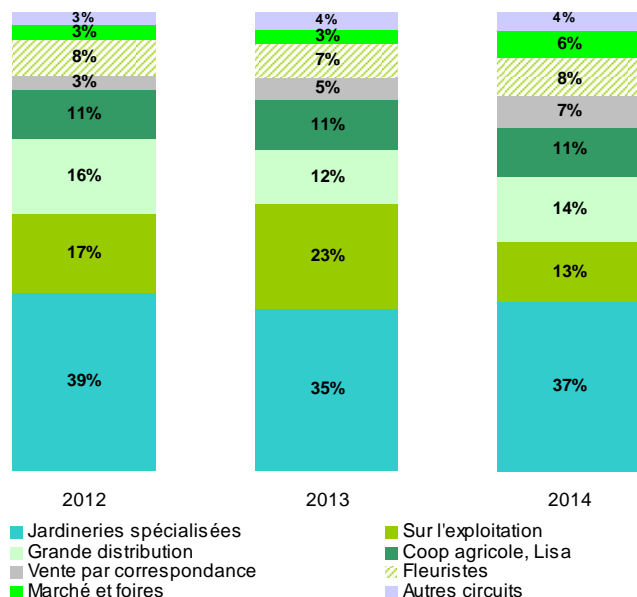
- en jardinerie spécialisées : 37 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 14 % ;
- sur exploitation : 13 %.

#### Hortensias

- les jardinerie spécialisées : 41 % ;
- la grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) : 14 % ;
- libre service agricole : 12 %.

Par rapport à 2013, les achats de plantes de terres de bruyère sur l'exploitation ont fortement diminué en valeur au profit de la grande distribution, des jardinerie spécialisées, des marchés et foires et de la vente par correspondance.

### Evolution des lieux d'achat des plantes de terre de bruyère (sans les hortensias) (% des sommes dépensées)



### Destination des plantes de terre de bruyère et hortensias

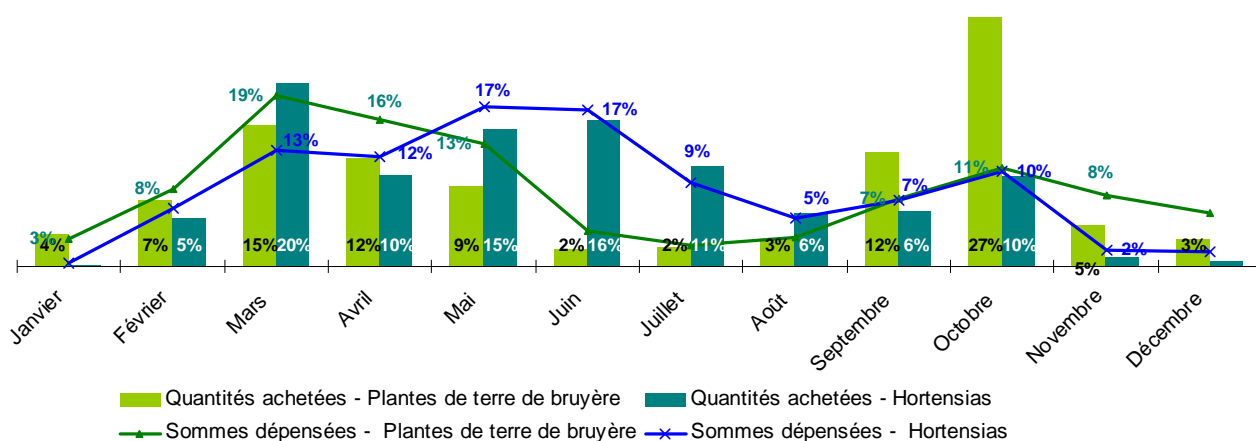
A l'instar des autres végétaux d'extérieur, une très grande majorité des achats de plantes de terre de bruyère et d'hortensias sont destinés à fleurir le jardin : 72 % des quantités de plantes de terre de bruyère achetées et 87 % des hortensias sont ainsi destinées au jardin. Les volumes restants sont destinés aux balcons, terrasses ou rebords de fenêtre.



## Calendrier d'achat des plantes de terre de bruyère et hortensias

Le calendrier d'achat diffère légèrement selon le type de végétal. En 2014, près de 40 % des achats (en quantité) de plantes de terre de bruyère ont été réalisés sur les mois de septembre et octobre. A l'inverse, et hors période hivernale, les achats d'hortensias sont davantage répartis sur l'année.

### Saisonnalité des achats



## → Bulbes et oignons à fleurs

En 2014, les foyers français ont acheté 96,9 millions de bulbes et oignons à fleurs, pour un montant global de dépenses de 51,4 millions d'euros. Par rapport à 2013, on observe une baisse des achats en volume (- 5,7 %) et en valeur (- 1,1 %). Par rapport à la moyenne des trois dernières années, les bulbes et oignons de fleurs ont perdu, en 2014, 14 % en volume et 4,6 % en valeur.

### Lieux d'achat des bulbes et oignons à fleurs

Top 3 en volume :

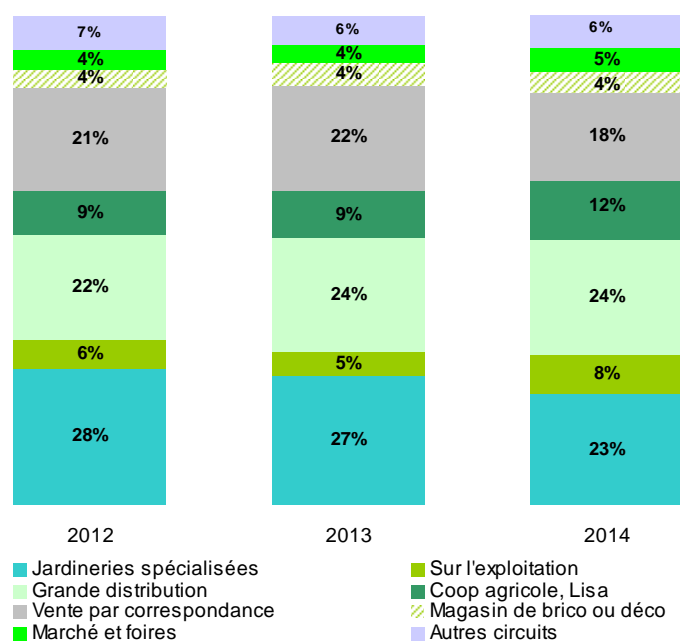
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardineries d'hypermarché) 36 % ;
- en jardineries spécialisées : 18 % ;
- en vente par correspondance : 16 %.

Top 3 en valeur :

- en jardineries spécialisées : 23 % ;
- en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardineries d'hypermarché) : 24 % ;
- en vente par correspondance : 18 %.

En termes d'évolution des lieux d'achat des bulbes et oignons à fleurs, on observe une baisse des achats en vente par correspondance, en jardineries spécialisées et une hausse en libre service agricole.

### Evolution des lieux d'achat des bulbes et oignons (% des sommes dépensées)



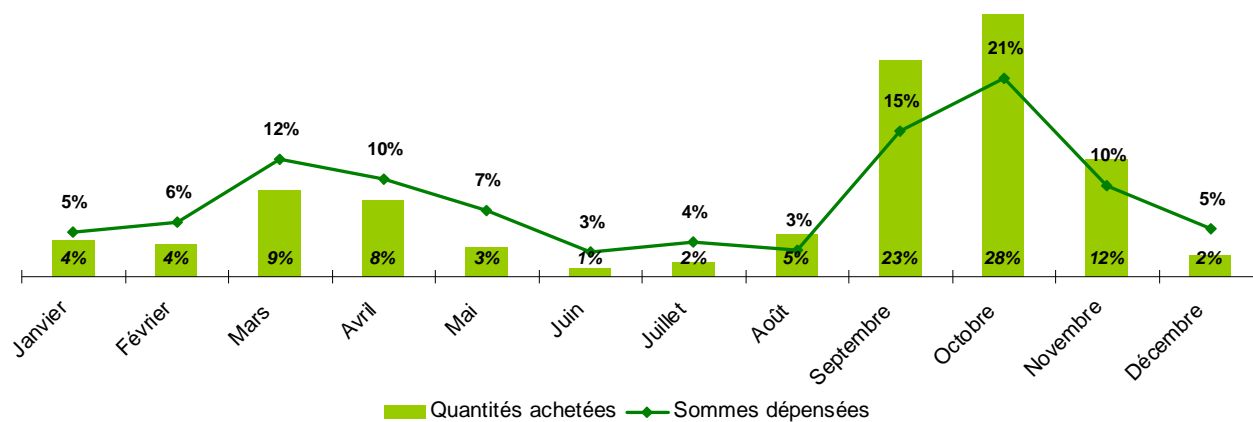
### Destination des achats de bulbes et oignons à fleurs

La quasi-totalité des bulbes et oignons à fleurs achetés est utilisée pour le jardin : 86 % des achats sont destinés à embellir le jardin, tandis que seulement 18 % servent au fleurissement des balcons, terrasses ou rebords de fenêtre.

## Calendrier d'achat des bulbes et oignons à fleurs

Les achats de bulbes et oignons à fleurs sont concentrés sur la fin de l'année : 63% des quantités achetées et 46 % des sommes dépensées sont réalisées de septembre à novembre.

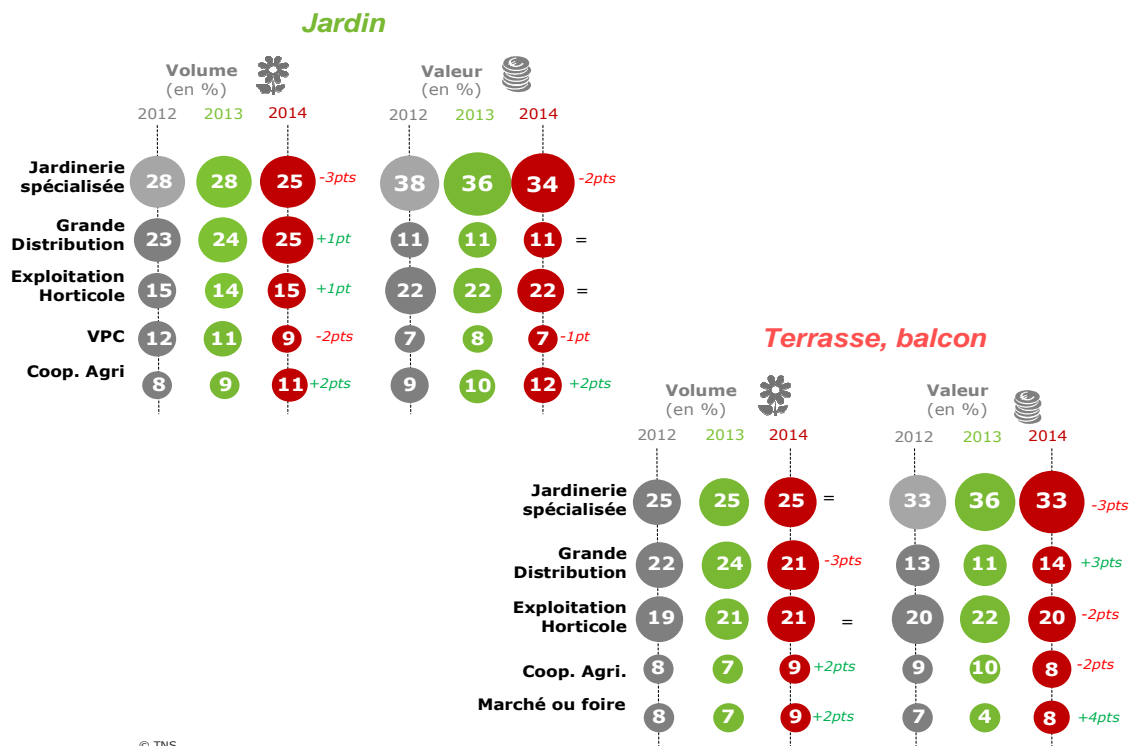
### Saisonnalité des achats



## ▪ Détail par lieu d'achat des végétaux d'extérieur

Comme pour l'ensemble des végétaux d'extérieur, que ce soit pour le jardin ou pour le fleurissement des terrasses ou balcons, la jardinerie spécialisée est en recul alors que la grande distribution y consolide sa part de marché en valeur, et que les coopératives agricoles progressent, en particulier pour le jardin.

### Hierarchie des circuits et performances différentes en fonction de la destination des végétaux d'extérieur



## → Jardineries spécialisées, libre service agricole

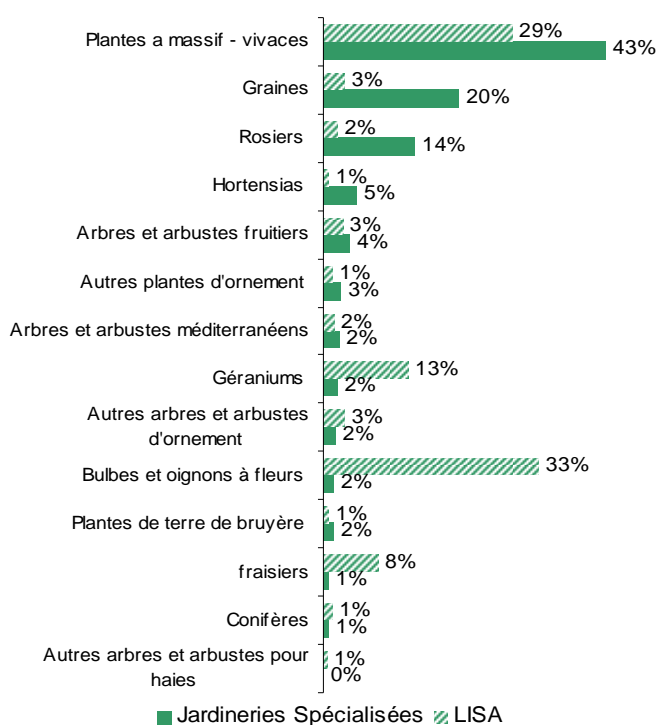
En 2014, les achats de végétaux d'extérieur en jardinerie spécialisée et libre service agricole ont représenté 35 % des volumes et 45 % des valeurs, soit 379,5 millions d'euros (en baisse de 2,5 % par rapport à 2013). Plus précisément :

- 24,9 % des volumes sont achetés en jardinerie spécialisée (- 2,5 points / 2013) et 33,5 % des sommes dépensées, soit 284,4 millions d'euros (- 2,5 points / 2013) ;
- 10,5 % des volumes sont achetés en coopérative agricole ou libre service agricole (+ 2,1 points / 2013) et 11,2 % des sommes dépensées, soit 95,1 millions d'euros (+ 1,8 points / 2013).

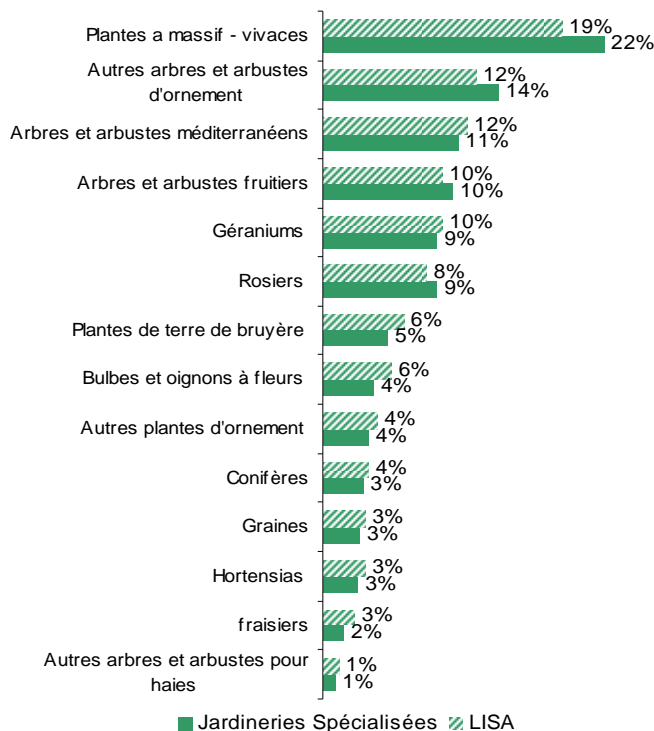
### Les catégories de végétaux

En volume, les principaux végétaux achetés en jardinerie spécialisée sont les plantes à massif-vivaces et les graines (63 % des quantités achetées) tandis que dans les libres services agricoles se sont davantage les bulbes et oignons à fleurs ainsi que les plantes à massif-vivaces (62 %). En revanche, en valeur, et quelque soit le lieu d'achat, les principaux végétaux achetés sont les plantes à massif-vivaces ainsi que les arbres et arbustes (d'ornement, méditerranéens et fruitiers). Les achats de ce type de végétaux représentent un peu plus de la moitié des sommes dépensées en libres services agricoles et en jardinerie spécialisée.

**Catégories de végétaux achetées (% volume)**



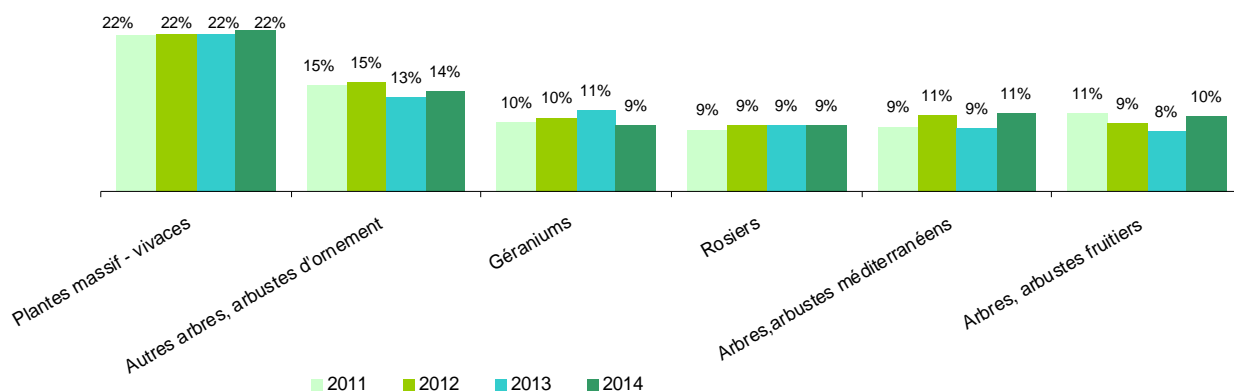
**Catégories de végétaux achetées (% valeur)**



En jardinerie spécialisée, entre 2011 et 2014, parmi les principales catégories de végétaux, on constate une baisse sensible de part de marché en valeur sur les géraniums. Dans le circuit des coopératives agricoles ou libres services agricoles, ce sont les arbres et arbustes fruitiers qui ont perdu des parts de marché, tandis que les autres arbres et arbustes ainsi que les arbres et arbustes méditerranéens ont vu leurs parts de marché progresser.

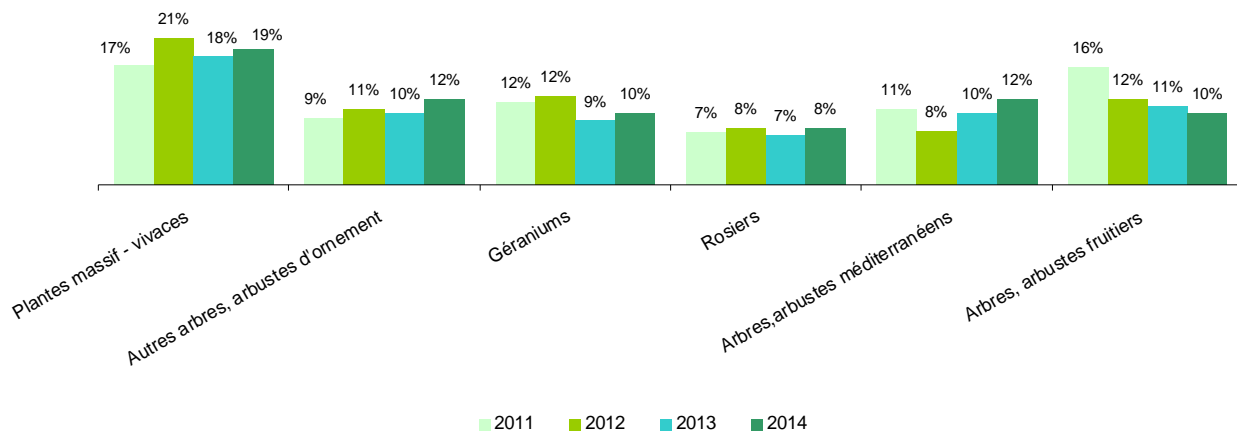
## Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en jardinerie spécialisées

% des sommes dépensées



## Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en libre service agricole

% des sommes dépensées



## → Grande distribution (grandes surfaces alimentaires et les jardinerie d'hypermarché)

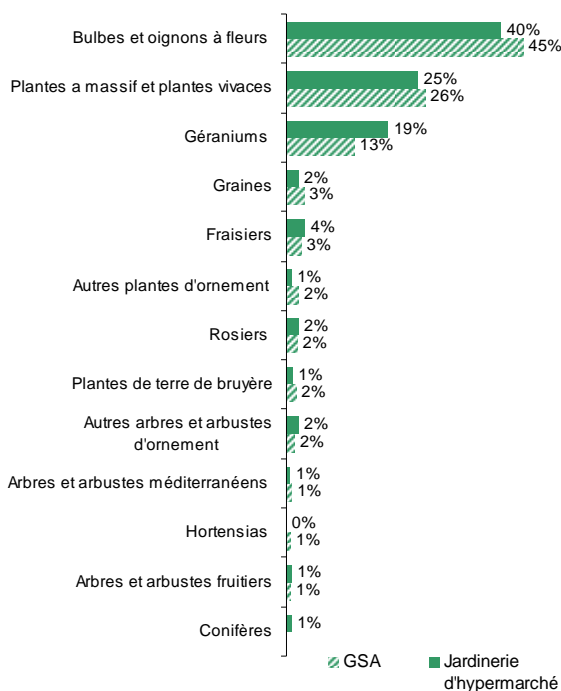
En 2014, les achats en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) de végétaux d'extérieur ont représenté 23,7 % des volumes et 11,9 % des valeurs, soit 101,3 millions d'euros en légère baisse par rapport à 2013 (- 1 %). Plus précisément, ces achats se répartissent de la manière suivante :

- 19,2 % des volumes ont été achetés en grandes surfaces alimentaires (+ 0,7 point / 2013), ce qui représentent 9,1 % des sommes dépensées, soit 77,5 millions d'euros (- 5 % / 2013) ;
- 4,5 % des volumes ont été achetés en jardinerie d'hypermarché (+ 0,6 point / 2013), ce qui représente 2,8 % des sommes dépensées, soit 23,8 millions d'euros (+ 15,1 % / 2013).

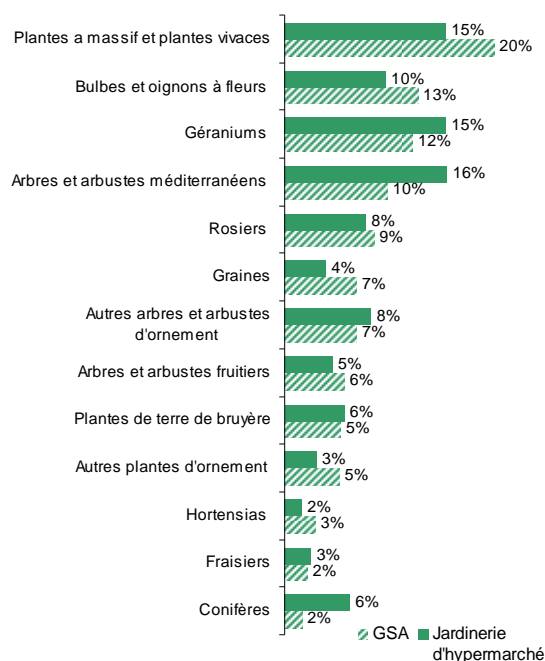
### Les catégories de végétaux

Les bulbes et oignons à fleurs et les plantes à massif représentent les volumes les plus importants achetés en grande distribution (respectivement 45 % et 26 % des volumes). De même en valeur, ces deux types de végétaux d'extérieur constituent les principaux achats réalisés en grande distribution.

**Catégories de végétaux achetées (% volume)**

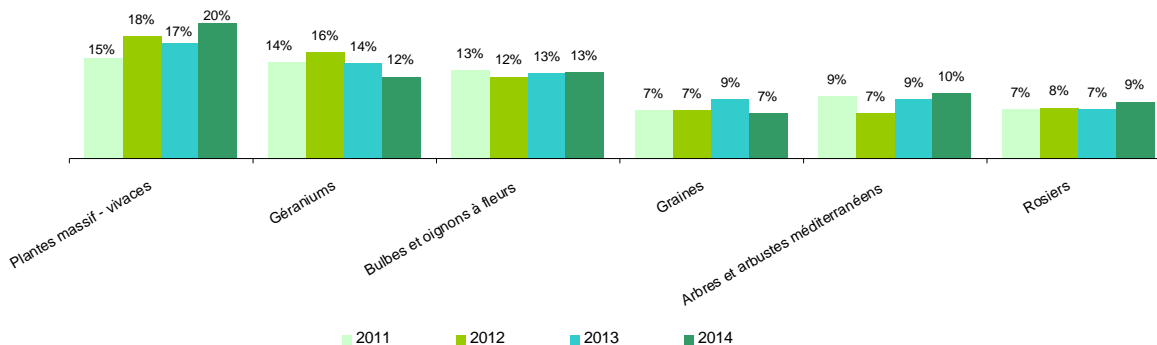


**Catégories de végétaux achetées (% valeur)**



En termes d'évolution, les plantes à massif, les arbres et arbustes méditerranéens et les rosiers ont gagné des parts de marché en valeur depuis 2011. A l'inverse, les géraniums ont perdu du terrain.

### Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en jardinerie spécialisées % des sommes dépensées



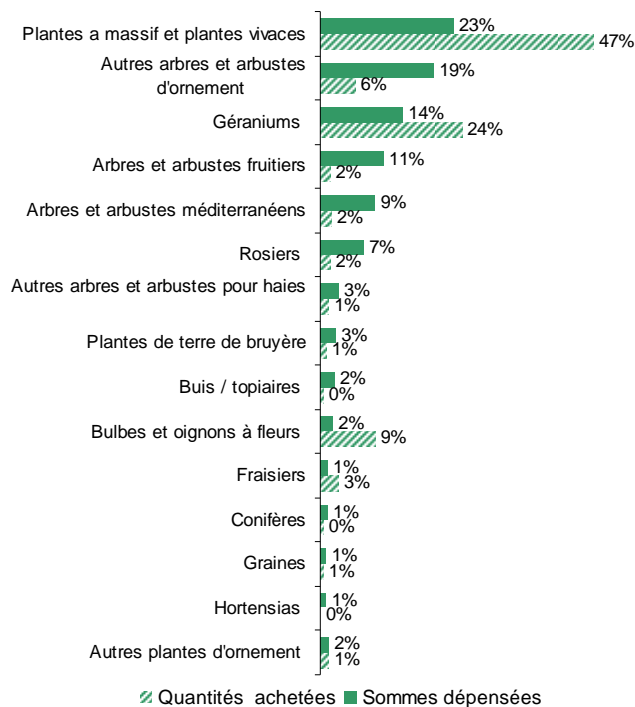
## → Achats sur le lieu d'exploitation

En 2014, les achats de végétaux d'extérieur sur l'exploitation ont représenté 17 % des volumes (en baisse de 5,8 % par rapport à 2013) et 21,6 % des valeurs, soit 183,5 millions d'euros (en hausse de 1,8 % par rapport à 2013).

### Les catégories de végétaux

Les plantes à massif, les arbres et arbustes d'ornement (autres que les rosiers, conifères, pour haies, arbres ou arbustes méditerranéens ou buis et topiaires) et les géraniums sont les types de végétaux les plus achetés sur le lieu de l'exploitation.

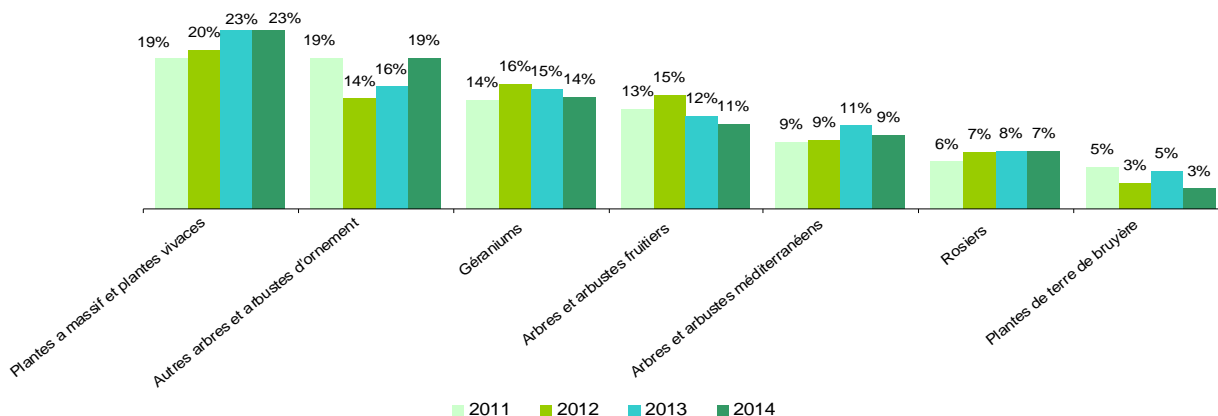
### Catégories de végétaux achetés (%)



En valeur, on constate une évolution positive des achats d'arbres et arbustes d'ornement (autres que les rosiers, conifères, pour haies, arbres ou arbustes méditerranéens ou buis et topiaires). Les dépenses en plantes à massif et vivaces se sont, quant à elles, stabilisées. A l'inverse, celles orientées vers les géraniums sont en baisse.

### Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur sur le lieu d'exploitation

% des sommes dépensées





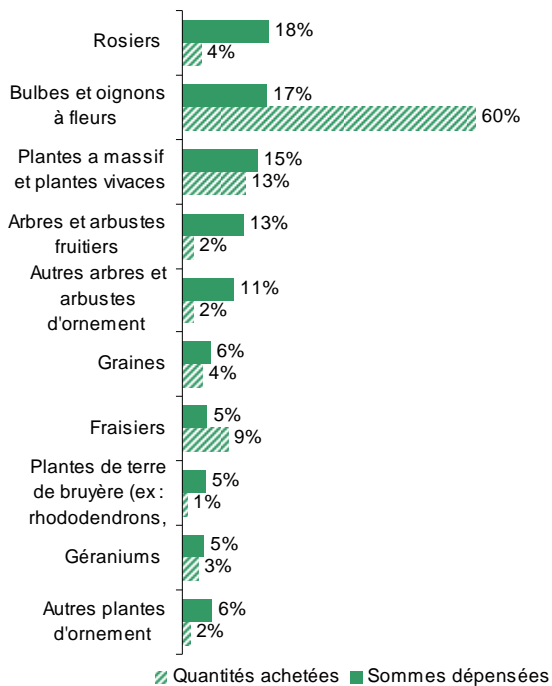
## → Vente par correspondance

En 2014, les achats de végétaux d'extérieur via le circuit des ventes par correspondance ont représenté 7,9 % des volumes (- 18,2 % / 2013) et 6,4 % des valeurs, soit 54,3 millions d'euros, en diminution de 6,9 % par rapport à 2013.

### Les catégories de végétaux

Les rosiers et les bulbes et oignons à fleurs sont les principaux types de végétaux achetés en vente par correspondance. Ils représentent 35 % des sommes dépensées et 64 % des quantités de végétaux d'extérieur achetés dans ce type de circuit.

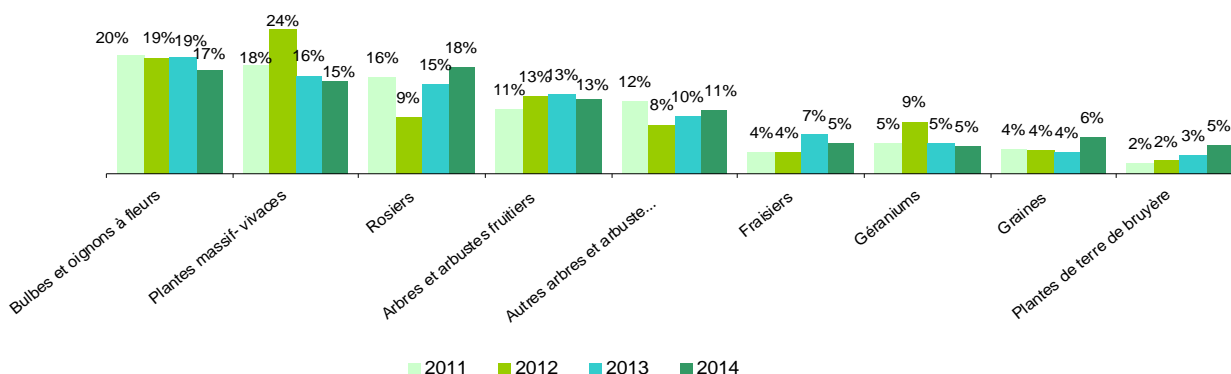
### Catégories de végétaux achetés (%)



En 2014, seuls les rosiers, et dans une moindre mesure les graines et les plantes de terre de bruyère, ont connu une progression des achats en vente par correspondance.

### Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en vente par correspondance

% des sommes dépensées



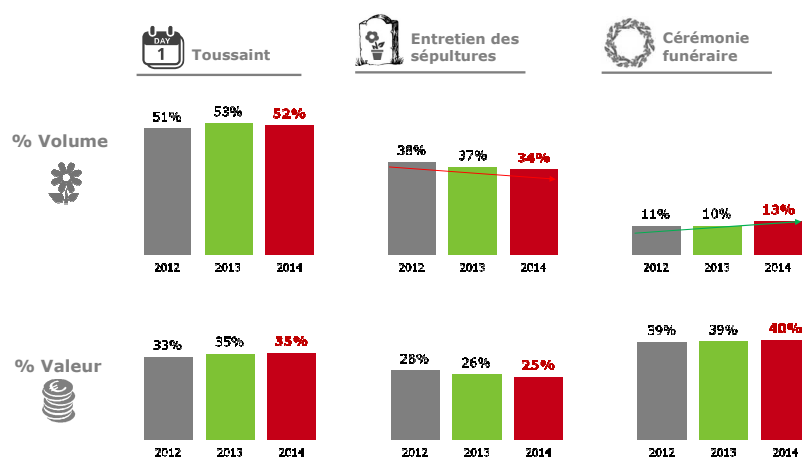
# Achats de végétaux pour les obsèques et le cimetière

Les achats de végétaux pour les obsèques et le cimetière ont représenté, en 2014, un montant global de 823,2 millions d'euros. Par rapport à 2013, ce marché est relativement stable en volume mais baisse de 2,2 % en valeur.

En revanche, le taux de pénétration sur ce marché progresse en 2014, avec 12,3 millions de foyers acheteurs contre 11,9 en 2013. Les volumes achetés se maintiennent mais le chiffre d'affaire recule sur ce segment de marché

A l'instar des années précédentes, on observe toujours une forte polarisation du marché autour de la date clé du 1er novembre. L'entretien des sépultures perd, quant à lui, tendancielle du poids sur ce marché. Les quantités de végétaux achetés pour les cérémonies funéraires restent relativement limitées. En revanche, les sommes dépensées pour ces occasions représentent un poids important sur ce marché.

## Répartition des quantités achetées et des sommes dépensées selon la destination (%)



© TNS

### ■ Panier moyen

Selon la finalité de l'achat, on constate des évolutions différentes qui mettent en avant des comportements hétérogènes. En particulier, on observe une progression du nombre d'acheteurs pour la Toussaint et les cérémonies funéraires, mais une baisse de la somme moyenne dépensée. A l'inverse, le nombre d'acheteurs de végétaux pour l'entretien des sépultures a baissé en 2014 par rapport à 2013, mais la somme moyenne dépensée a augmenté.

## Panier moyen d'achat par destination

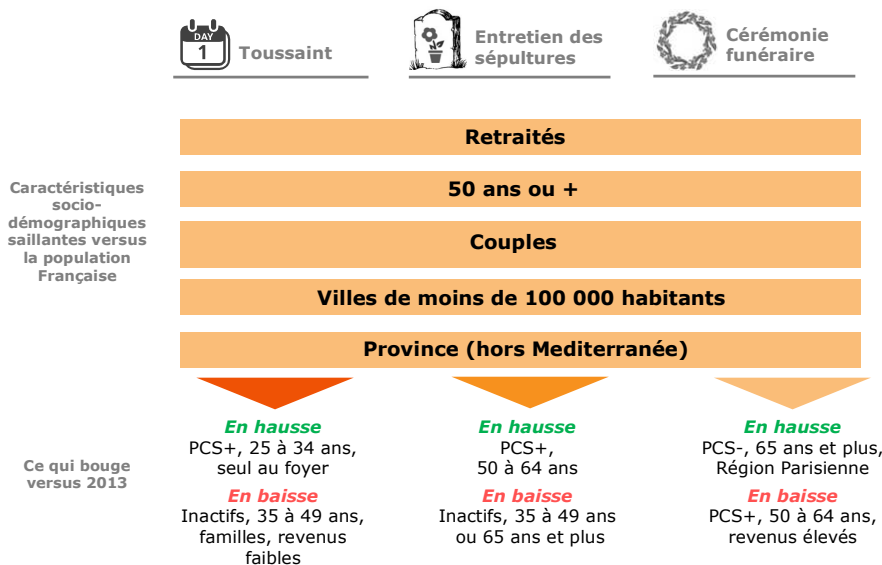
	Toussaint			Entretien des sépultures			Cérémonie funéraire		
Chiffres clés	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Acheteurs (en millions)	9,3M	9,4M	9,6M <i>+0,2M</i>	5,1M	5,0M	4,9M <i>-0,1M</i>	3,5M	3,4M	3,5M <i>+0,1M</i>
Volume (en millions)	33,1	34,0	33,3 <i>-1,9%</i>	24,3	23,3	22,0 <i>-2,8%</i>	7,4	6,6	8,5 <i>+16%</i>
Valeur (en millions) €	284	290	287 <i>-1,0%</i>	239	221	207 <i>-1,7%</i>	335	331	329 <i>-3,3%</i>
Nombre moyen	3,3	3,4	3,3 <i>-0,1</i>	4,1	4,4	4,3 <i>-0,1</i>	1,7	1,6	2,0 <i>+0,4</i>
Somme moyenne	27,5€	27,8€	26,7€ <i>-1,1€</i>	40,6€	37,9€	40,8€ <i>+2,9€</i>	77,9€	85,3€	79,4€ <i>-4,1€</i>
	<p><b>Progression</b> des acheteurs, mais <b>diminution</b> des volumes et valeurs</p>			<p><b>Diminution</b> des acheteurs, maintien des volumes, avec un <b>panier valeur en hausse</b></p>			<p><b>Progression</b> des acheteurs et des volumes, mais pour un <b>budget moindre</b></p>		

Végétaux d'extérieur, d'intérieur et pour le cimetière en 2014  
© TNS

### ■ Profil des acheteurs

Selon la destination des végétaux (Toussaint, entretien des sépultures ou cérémonie funéraire), le profil des acheteurs de végétaux pour les obsèques et le cimetière a quelque peu évolué par rapport à 2013. Dans l'ensemble, il s'agit surtout de personnes âgées de 50 ans ou plus, à la retraite, vivant en couple en province dans des villes de moins de 100 000 habitants.

### Profil des acheteurs de végétaux pour les obsèques et le cimetière



Base : acheteur CIM

© TNS

## ■ Catégories de végétaux

Les plantes fleuries représentent toujours l'essentiel du marché. Les achats de présentations florales ont progressé en volume cette année mais ont vu leur valeur reculer. On observe par ailleurs une baisse sensible (en valeur et en volume) des bottes déjà préparées tandis que les fleurs coupées achetées à la pièce progressent.

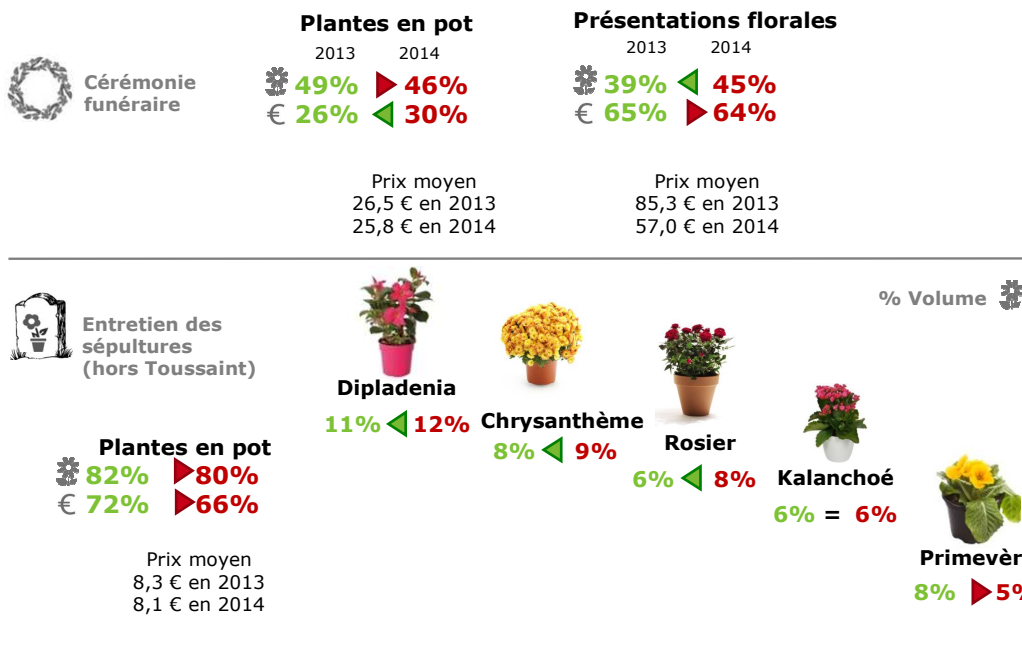
### Evolution des catégories de végétaux achetés

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2014 vs 2013 en %	Sommes dépensées extrapolées (en milliers d'euros)	Evolution 2014 vs 2013 en %
<b>Plantes en pot</b>	53 065	-2,9%	499 398	-1,6%
Plante fleurie	49 837	-2,9%	447 268	-1,0%
Plante verte, grasse et cactées	1 780	11,0%	23 329	23,4%
Composition de plantes	1 440	-14,4%	28 801	-21,7%
<b>Fleurs coupées</b>	3 687	0,2%	50 686	0,8%
<b>Fleurs coupées achetées à la pièce</b>	1 844	16,1%	21 445	9,2%
Fleur unique	602	6,7%	4 189	-4,7%
Bouquet de fleurs d'une seule espèce	987	14,2%	11 604	-1,0%
Bouquet de fleurs de plusieurs espèces	255	58,6%	5 651	61,1%
<b>Bottes déjà préparées</b>	1 842	-11,9%	29 241	-4,5%
Botte de fleur d'une seule espèce	965	-4,6%	11 316	-5,8%
Botte de fleurs de plusieurs espèces	877	-18,8%	17 925	-3,7%
<b>Présentations florales</b>	5 285	27,8%	258 883	-5,9%
Bouquet rond	593	49,3%	15 882	18,1%
Composition florale	4 691	25,5%	243 001	-7,1%
<b>Végétaux d'extérieur</b>	1 708	19,1%	14 269	65,8%
<b>Total</b>	63 745	-0,2%	823 237	-2,2%

On constate une recherche d'économie en 2014 dans les achats hors Toussaint (cérémonie funéraire ou entretien des sépultures). Au sein des différentes espèces de plantes fleuries, Dipladénias, Chrysanthèmes et rosiers continuent leur progression en volume.

À l'occasion de la Toussaint 2014, les chrysanthèmes et les cyclamens ont aussi gagné des parts de marché. A l'inverse, les bruyères ont perdu du terrain.

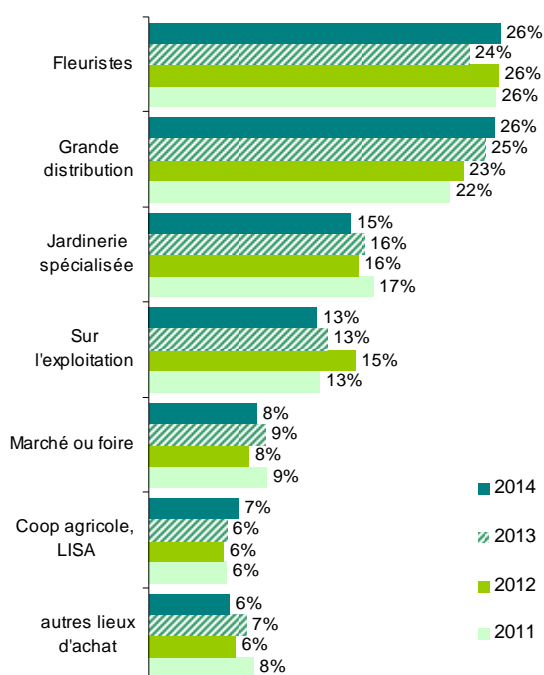
## Evolution des achats de plante sen pot et des présentations florales pour les cérémonies funéraires et l'entretien des sépultures.



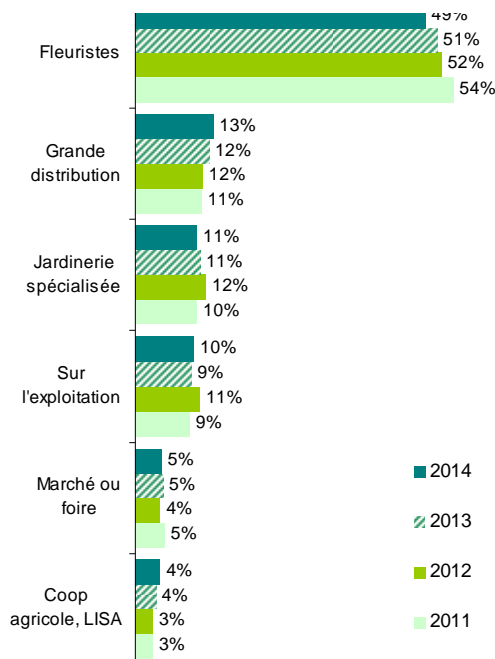
### ▪ Lieux d'achat

Globalement, les fleuristes restent les principaux lieux d'achat des végétaux pour le cimetière ou les obsèques. Néanmoins, depuis 2011, ils perdent des parts de marché au profit de la grande distribution. Cette dernière progresse en particulier à l'occasion de la Toussaint et pour les achats destinés à l'entretien des sépultures.

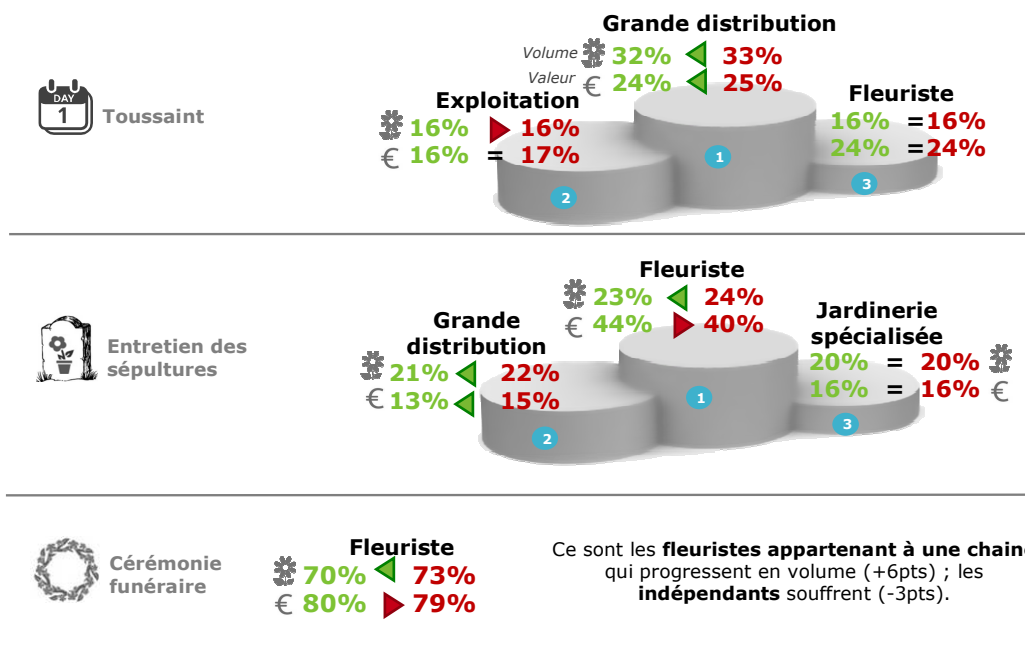
**Lieux d'achat des végétaux (% volume)**



**Lieux d'achat des végétaux (% valeur)**



## Evolution des principaux lieux d'acquisition de végétaux selon la finalité des achats (%)



# Annexes

## Parts de marché des différentes espèces de plantes fleuries en pot achetées

	PDM en volume				PDM en valeur			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Orchidée	18,3%	17,5%	20,1%	20,0%	31,7%	29,9%	31,9%	31,3%
Jacinthe	13,1%	13,1%	14,4%	13,1%	7,6%	7,6%	8,5%	7,8%
Azalée	6,1%	5,4%	5,8%	5,0%	7,3%	7,1%	7,2%	6,7%
Cyclamen	8,1%	7,9%	7,2%	7,5%	6,2%	6,4%	5,5%	6,1%
Mini Rosier	3,8%	3,7%	3,9%	4,4%	3,9%	3,7%	4,0%	4,5%
Bégonia	5,6%	4,5%	3,7%	4,0%	4,4%	4,5%	3,9%	3,7%
Anthurium	2,3%	2,4%	2,2%	2,1%	3,3%	3,7%	3,6%	3,2%
Muguet en pot	3,8%	5,1%	4,2%	5,9%	3,1%	4,1%	3,6%	4,4%
Kalanchoé	4,7%	4,0%	4,6%	4,6%	3,6%	3,4%	3,4%	3,5%
Chrysanthème	4,2%	3,0%	3,6%	3,4%	3,4%	2,4%	2,6%	2,5%
Poinsettia	2,7%	3,4%	2,8%	2,4%	2,5%	3,0%	2,4%	2,4%
Hibiscus	1,4%	1,2%	1,3%	1,1%	1,6%	1,6%	2,3%	2,0%
Hortensia	1,6%	1,7%	1,4%	1,8%	2,4%	2,7%	2,3%	2,8%
Dipladenia	1,8%	2,3%	1,8%	2,0%	2,1%	2,1%	2,0%	2,2%
Lys	2,0%	1,9%	1,6%	1,8%	2,4%	2,6%	2,0%	2,6%
Broméliacées (bilbergia, guzmania, vriesea)	1,3%	1,0%	1,4%	1,4%	1,6%	1,2%	1,7%	1,5%
Primevère	3,6%	3,1%	2,4%	3,0%	1,7%	1,6%	1,4%	1,5%
Bruyère	1,2%	1,1%	1,4%	1,1%	0,9%	1,0%	1,0%	1,0%
Spatiphyllum	0,9%	1,1%	0,8%	0,6%	1,2%	1,2%	1,0%	0,7%
Gerbera en pot	0,6%	0,9%	0,9%	0,8%	0,5%	0,6%	0,8%	0,7%
Impatiens de Nouvelle Guinée	1,3%	1,6%	1,2%	0,8%	0,9%	1,2%	0,7%	0,8%
Jasmin			0,5%	0,4%			0,7%	0,7%
Campanule	0,4%	0,6%	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	0,2%	0,6%
Cinénaire	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,1%
Véronique	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,4%
Autres plantes fleuries	10,7%	13,0%	11,9%	11,7%	6,6%	7,5%	6,9%	6,3%

**Parts de marché des différentes espèces de fleurs coupées à la pièce achetées**

	PDM en volume				PDM en valeur			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Rose	58,6%	57,2%	58,6%	58,7%	64,3%	64,4%	66,4%	64,8%
Lys	10,5%	12,1%	11,6%	11,0%	13,5%	15,0%	13,8%	13,9%
Gerbera	6,6%	5,4%	6,8%	4,6%	7,5%	6,0%	7,8%	5,4%
Tulipe	7,1%	7,0%	7,4%	7,9%	5,7%	5,6%	4,9%	5,8%
OEillet	3,8%	4,3%	4,3%	4,2%	3,2%	3,2%	3,8%	3,0%
Pivoine	2,7%	2,4%	2,6%	2,5%	3,1%	2,9%	3,7%	2,7%
Freesia	2,6%	1,8%	1,8%	2,1%	3,1%	1,9%	2,3%	2,6%
Marguerite	2,5%	3,2%	2,2%	2,4%	3,0%	3,4%	2,1%	2,9%
Amaryllis	2,5%	2,4%	1,8%	2,2%	2,7%	2,6%	1,9%	2,4%
Arum / Calla	1,1%	0,9%	1,1%	1,1%	1,3%	1,2%	1,8%	1,3%
Renoncule	1,1%	1,2%	1,7%	1,6%	1,1%	1,2%	1,8%	1,8%
Glaïeul	2,0%	2,5%	2,3%	1,7%	2,1%	1,8%	1,7%	1,8%
Muguet	2,6%	3,5%	3,0%	2,6%	1,5%	1,9%	1,6%	1,7%
Alstroemeria	0,9%	1,2%	0,9%	0,4%	1,1%	1,1%	1,0%	0,7%
Iris	1,2%	1,1%	1,0%	1,1%	1,4%	1,4%	1,0%	1,2%
Narcisse, Jonquille	1,0%	0,7%	1,2%	0,8%	0,7%	0,3%	1,0%	0,8%
Anémone	1,2%	1,7%	1,1%	1,2%	1,2%	1,4%	0,9%	1,5%
Chrysanthème	1,1%	1,4%	1,5%	1,0%	1,1%	1,2%	0,9%	1,2%
Lysianthus	1,0%	1,0%	0,8%	0,7%	1,0%	1,3%	0,9%	0,8%
Mimosa	1,5%	0,8%	1,0%	1,5%	1,3%	0,7%	0,9%	1,4%
Dahlia	0,7%	0,4%	0,7%	0,9%	0,9%	0,2%	0,8%	0,9%
Muflier	0,3%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,5%	0,4%	0,4%
Total fleurs exotiques	5,1%	4,5%	4,0%	3,7%	6,3%	6,4%	4,5%	4,1%
dont Anthurium	1,0%	0,8%	0,7%	0,7%	1,5%	1,4%	1,1%	1,1%
dont Orchidée	3,3%	2,9%	2,9%	2,5%	3,6%	4,1%	2,8%	2,5%



**Parts de marché des différentes espèces de bottes de fleurs d'une seule espèce achetées**

	PDM en volume				PDM en valeur			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Rose	46,7%	45,7%	40,4%	45,8%	54,1%	52,1%	46,8%	54,3%
Tulipe	13,1%	13,1%	17,5%	14,3%	9,6%	10,4%	13,2%	10,0%
Œillet	7,6%	7,4%	8,4%	8,9%	5,4%	5,6%	6,0%	6,4%
Lys	8,7%	8,3%	3,1%	5,9%	13,4%	11,9%	4,8%	9,9%
Muguet	3,8%	4,2%	3,4%	3,7%	2,5%	2,6%	3,0%	2,3%
Pivoine	2,6%	2,5%	2,2%	3,8%	3,0%	3,3%	2,8%	5,4%
Gerbera	8,0%	8,2%	3,5%	7,9%	10,2%	10,1%	2,5%	9,7%
Anémone	1,6%	2,2%	1,9%	1,8%	1,3%	2,2%	1,6%	1,3%
Glaïeul	1,6%	1,3%	1,7%	1,6%	1,3%	1,1%	1,6%	1,5%
Narcisse, Jonquille	1,7%	1,9%	2,1%	2,1%	1,2%	1,3%	1,5%	1,7%
Renoncule	1,8%	2,3%	1,3%	2,3%	1,6%	2,4%	1,5%	2,3%
Chrysanthème	3,4%	3,1%	2,1%	2,7%	2,8%	2,9%	1,3%	2,2%
Marguerite	5,8%	5,9%	1,3%	4,0%	6,4%	6,3%	1,2%	4,7%
Mimosa	2,5%	1,9%	1,7%	1,8%	2,1%	1,5%	1,2%	1,7%
Alstroemeria	1,4%	1,4%	1,1%	1,0%	1,3%	1,5%	1,0%	1,0%
Amaryllis	1,4%	0,8%	0,6%	0,9%	1,9%	1,4%	0,9%	1,2%
Freesia	3,1%	2,6%	0,7%	2,5%	3,7%	3,1%	0,6%	2,9%
Arum / Calla	0,7%	0,5%	0,4%	0,4%	1,1%	1,0%	0,5%	0,5%
Lysianthus	0,9%	0,8%	0,3%	0,7%	1,0%	1,0%	0,4%	1,0%
Dahlia	0,9%	0,8%	0,3%	0,7%	1,0%	0,8%	0,3%	0,8%
Iris	1,1%	0,9%	0,4%	0,7%	1,4%	1,2%	0,3%	1,0%
Muflier	0,3%	0,4%	0,2%	0,4%	0,4%	0,6%	0,2%	0,5%
Total fleurs exotiques	3,9%	3,4%	2,3%	2,5%	7,1%	6,0%	3,6%	4,8%
dont Orchidée	2,5%	2,2%	1,7%	1,6%	4,3%	4,0%	2,6%	2,9%
dont Anthurium	0,8%	0,9%	0,2%	0,4%	1,9%	1,5%	0,3%	0,8%





