

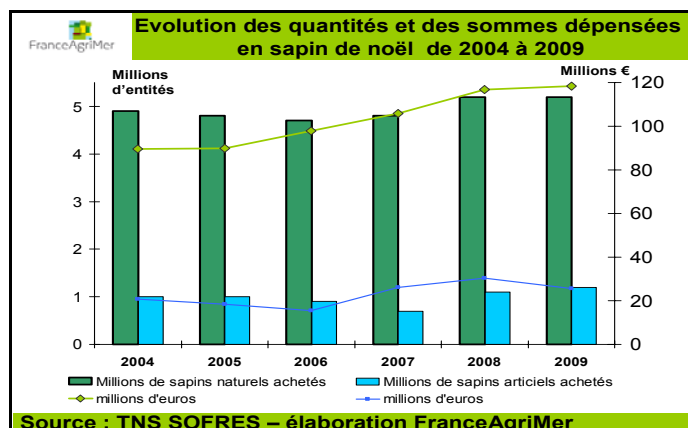
Les achats de sapins de Noël en décembre 2009

Cette étude a été effectuée à partir des résultats du panel consommateurs de TNS Sofres (cofinancé par FranceAgriMer et Val'Hor) portant sur un échantillon de 6.000 ménages représentatif des ménages français selon les critères sociodémographiques usuels.

Elle vise à :

- évaluer les achats de sapins de Noël naturels et artificiels et apprécier leur évolution,
- déterminer le taux et le profil des foyers acheteurs,
- décrire les sapins achetés en termes de type, présentation, taille, prix, lieu d'achat, date d'achat.

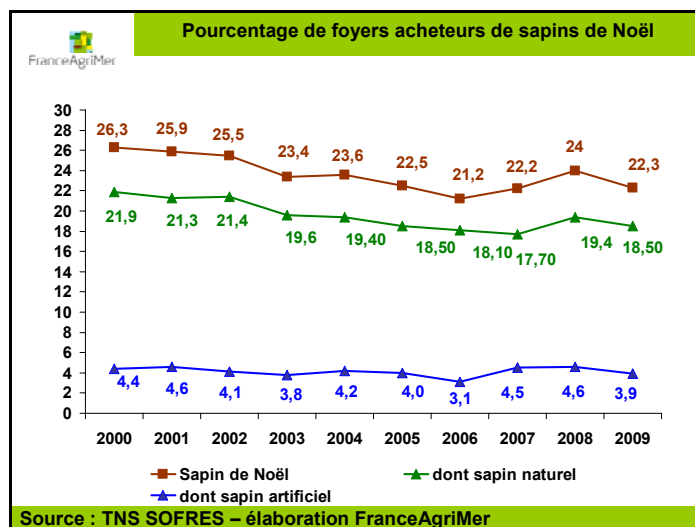
En 2009, les dépenses pour le sapin de Noël sont restées stables à 144 Millions d'euros



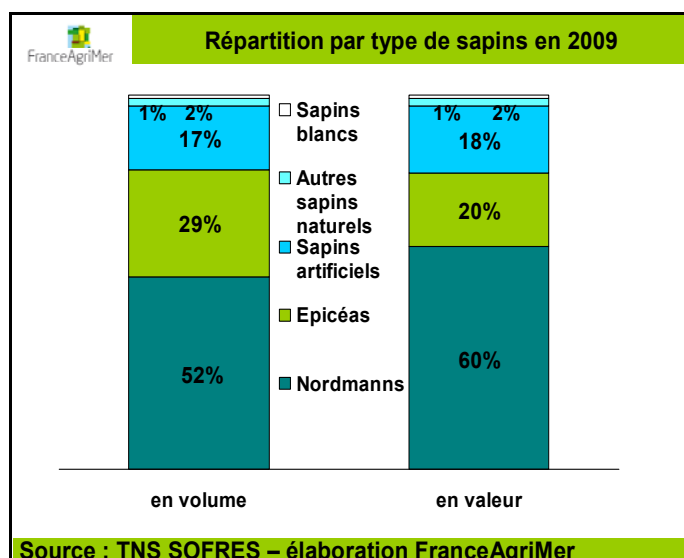
Les acheteurs : légère baisse en 2009

Le pourcentage de ménages acheteurs de sapin de Noël en décembre 2009 est de 22,3 % (contre 24 % en 2008) : 18,5 % des ménages ont acheté un sapin naturel (- 0,9 point par rapport à 2008) et 3,9 % un sapin artificiel (- 0,5 point) .

Ceci représente environ 6 millions de ménages (contre 6,2 millions en 2008). 83 % d'entre eux ont opté pour un sapin de Noël naturel (dont 52 % un Nordmann, 29 % un épicéa, 2 % un autre type de sapin naturel) contre 17 % pour un sapin artificiel (sachant toutefois que la comparaison ne doit pas négliger l'utilisation durant plusieurs années du sapin artificiel).

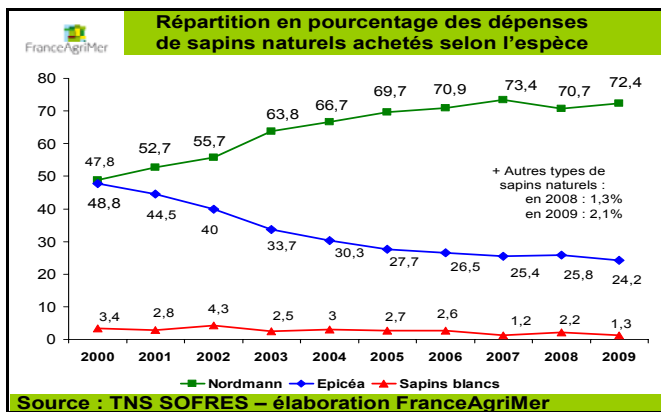
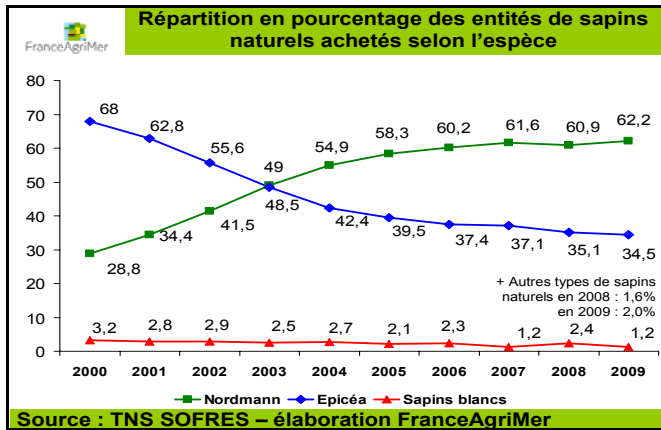


Part des différents types de sapins



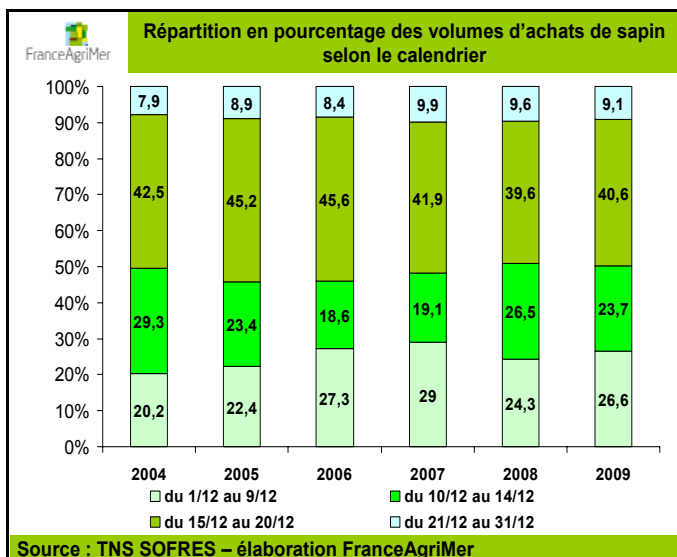
En 2009, les foyers français ont, en moyenne, dépensé 23,2 euros pour leur achat de sapin de Noël (16,1 euros pour un épicéa ; 26,7 euros pour un Nordmann ; 24,2 euros pour un sapin artificiel).

Le Nordmann continue de progresser



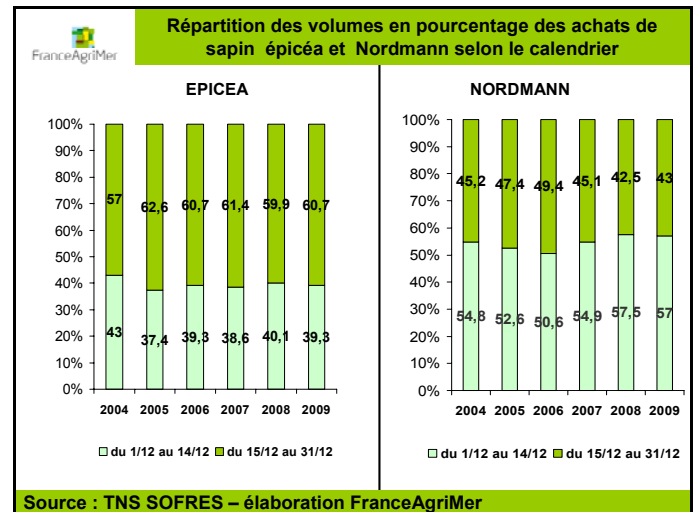
Malgré son agréable odeur, sa structure équilibrée, le marché de l'épicéa ne représente plus qu'un quart des ventes au profit du sapin Nordmann plus cher mais plus résistant et qui ne perd pas ses aiguilles.

Répartition des achats en décembre



Les achats de sapins naturels sont réalisés principalement entre le 15 et le 20 décembre.

Plus résistant et d'une plus grande longévité le Nordmann est majoritairement acheté avant le 15 décembre alors que l'épicéa est principalement acquis plus tard.

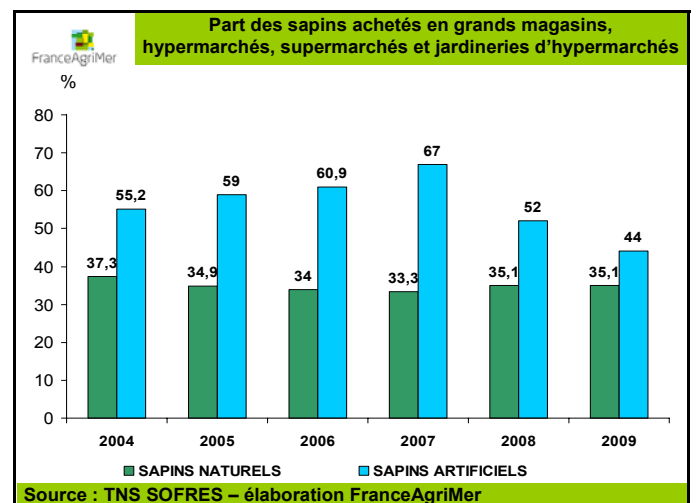


Les lieux d'achat : Domination des GMS

Les grands magasins/hyper, supermarchés et jardinerie d'hypermarchés constituent le premier lieu d'achat aussi bien pour le sapin naturel qu'artificiel. Ils représentent 35,1% des ventes de sapins naturels et 44 % des ventes de sapins artificiels.

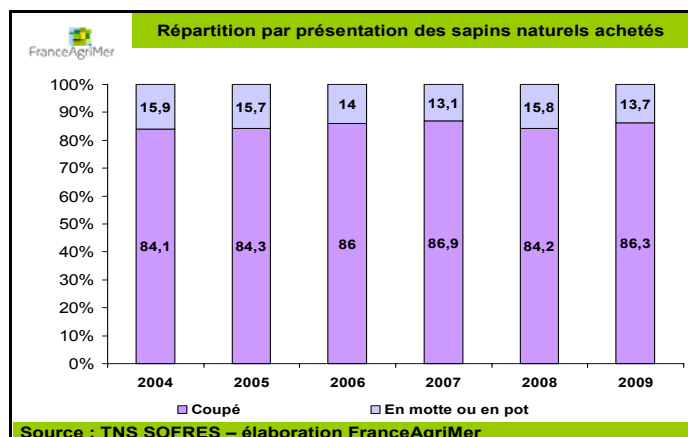
En seconde position, on trouve les jardinerie spécialisées avec 19,5 % des achats de sapins naturels et 11 % des achats de sapins artificiels.

Durant l'année 2009, 43,2% des épicéas et 31,1% des Nordmanns ont été achetés en grands magasins/hyper/supermarchés ou jardinerie d'hypermarchés. A noter, pour les achats de Nordmann, la progression des achats sur les marchés (avec 13,2%), les magasins IKEA venant en 4^{ème} position (avec 12,2 %).



Le sapin coupé domine largement

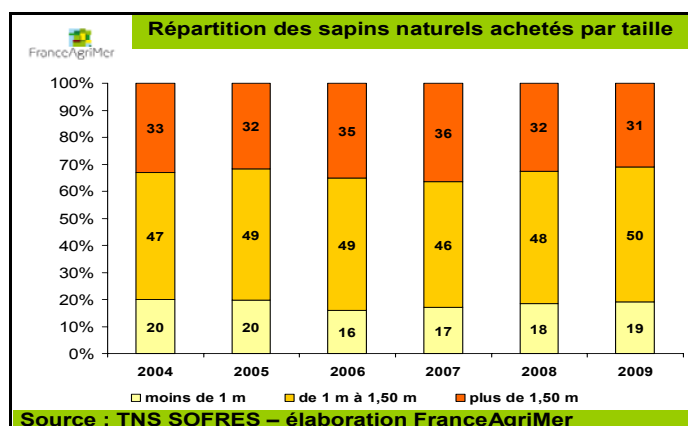
Les sapins naturels sont en grande majorité achetés coupés (86,3 % en 2009 ; 91,1 % pour les Nordmanns). Les sapins achetés en pot représentent 8,9 % (13,5 % pour les épicéas).



Taille des sapins

En 2009, 50 % des sapins naturels achetés mesurent entre 1m et 1m50 et 31 % plus d'1m50.

Pour les Nordmanns : 53 % mesurent entre 1m et 1m50 et 33 % plus d'1m50. Pour les épicéas 47 % mesurent entre 1m et 1m50 et 30 % plus d'1m50.



Les profils des acheteurs de sapins

Les acheteurs de sapin sont davantage présents dans les catégories sociodémographiques suivantes :

Acheteurs de sapins naturels : sont surreprésentés les foyers :

- avec enfants,
- composés de 3 personnes ou plus,
- habitant dans la région parisienne,
- dont le chef de ménage est PCS+ (artisans, commerçants, chefs d'entreprise, cadres, professions libérales) et âgé de moins de 65 ans.

Acheteurs de sapins artificiels : Les foyers surreprésentés sont principalement les foyers :

- avec enfants,
- composés de 3 personnes ou plus,
- dont le chef de ménage est jeune (moins de 35 ans).