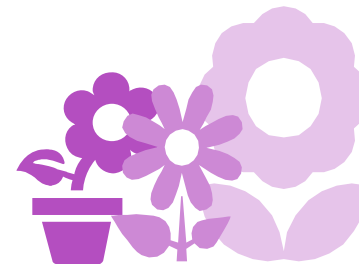


Les achats de végétaux d'ornement et
les achats de graines, plants potagers,
plantes aromatiques ou plants de
pomme de terre

Bilan de l'année 2015



Introduction

1 L'ensemble du marché des végétaux

2 Les achats de végétaux d'ornement

3 Les végétaux pour offrir

4 Les achats de plants potagers, de pomme de terre et plantes aromatiques

Introduction



Un spectre d'étude plus vaste en 2015



Echantillon

Panel sur les achats de végétaux d'ornement **cofinancé**
par **FranceAgriMer** et **Val'hor**

7000 ménages interrogés sur le questionnaire des achats de végétaux d'ornement et des achats de **plants potagers, de pomme de terre et plantes aromatiques ou condimentaire**

(méthode des quotas : région de résidence, catégorie d'agglomération, âge du chef de ménage, catégorie socio-professionnelle du chef de ménage, nombre de personnes au foyer)



Questionnaire

Nouveau questionnaire en 2015 : Regroupement des 3 questionnaires (Intérieur, Extérieur, Cérémonie funéraire & Cimetière) en **un seul questionnaire**.
Harmonisation des questions posées entre les trois marchés. Un questionnaire sur les achats potagers.



Mode de recueil

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



Terrain

Chaque mois (rétrospectif) dans la vague mensuelle du panel, de janvier à décembre 2015

Des enrichissements et des améliorations maîtrisés et contrôlés

- **Harmonisation et enrichissement / précision des listes réponses** (catégories, présentation, espèces, lieux d'achat, motifs d'achat). **Précision pour la jardinerie d'hypermarché** afin de limiter le plus possible la confusion avec jardinerie spécialisée.
- Le **reclassement et la prise en compte de toutes les espèces, pour tous les marchés suivis** implique une rupture concernant la catégorie. Cette analyse ne sera pas présentée en évolution.
- Ces changements méthodologiques entraînent une **rupture** dans les séries observées
- **Afin de maintenir un historique** sur quelques indicateurs pertinents, nous avons procédé à une rétopolation des données 2013 et 2014 tenant compte des évolutions observées.

Les évolutions sont présentées pour :

- Les volumes et les sommes dépensées par marché
- Les parts de marché des lieux d'achat

Analyses du panel consommateurs toujours sur 2 niveaux



▪ 2 niveaux d'analyse :

- **En cumul** : addition des achats effectués sur les 12 mois de l'année. (volume, valeur)
- **En constant** : sélection des réponses des foyers ayant répondu au moins 10 mois sur 12 (pénétration, profil, panier moyen, mixité,...)

En tenant compte de 2 grandes catégories d'acteurs :

Professionnels des végétaux

Fleuristes
E-fleuristes
Service de commande à distance de fleurs ou plantes (nouveau)
Jardineries spécialisées
Coopératives agricoles, libre service
Sur l'exploitation
Grainetiers
VPC

Les généralistes

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

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

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

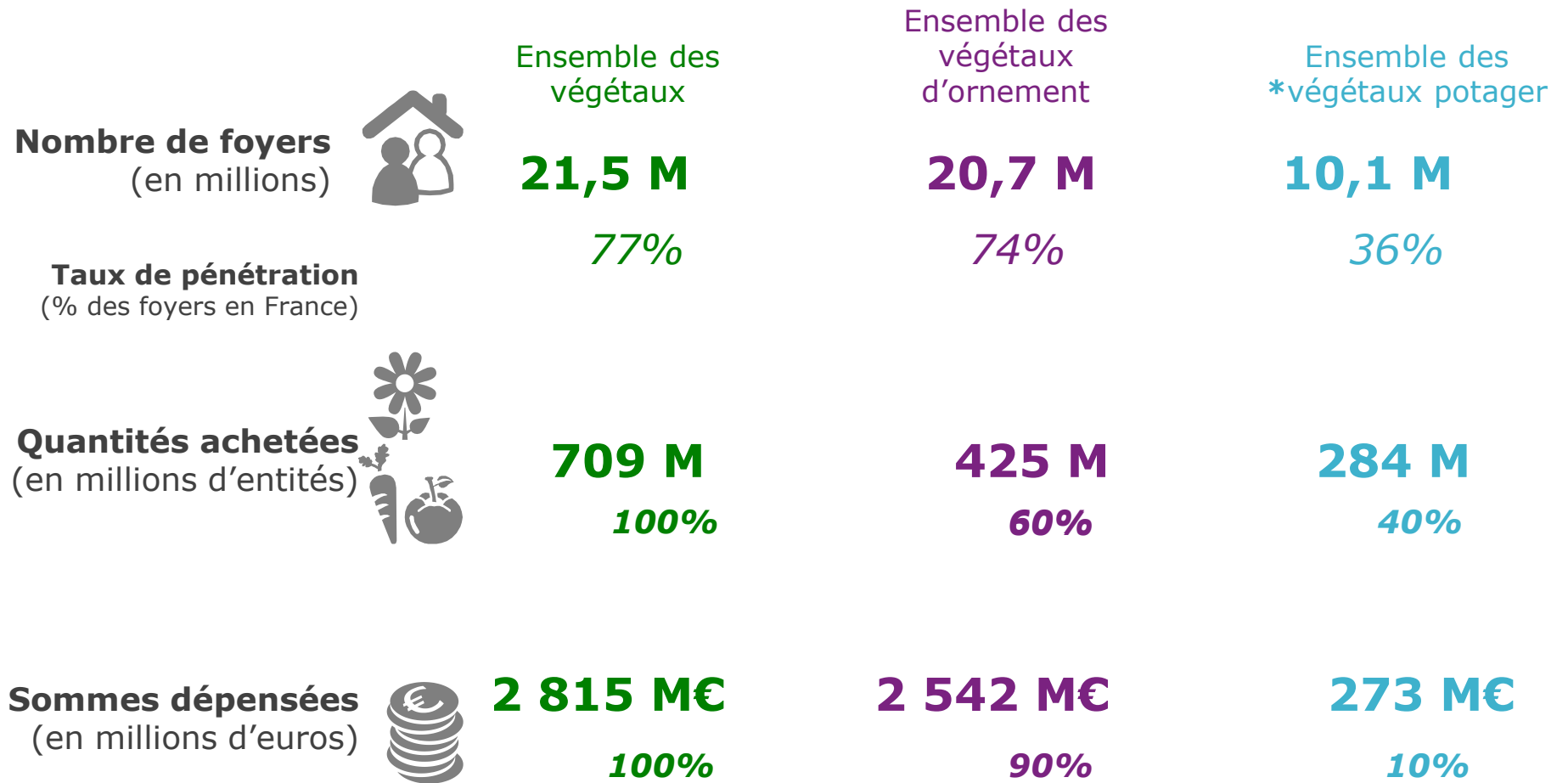
1

L'ensemble du marché des végétaux

[NOUVEAU]



Près de 8 foyers sur 10 en France achètent un végétal, notamment un végétal d'ornement (7 sur 10) ; 4 sur 10 achètent un plant potager ou plante aromatique ou condimentaire



En 2015 en France, 27,976 millions de ménages résidaient sur le territoire métropolitain.

*des achats de plants potagers, de pomme de terre et plantes aromatiques ou condimentaires

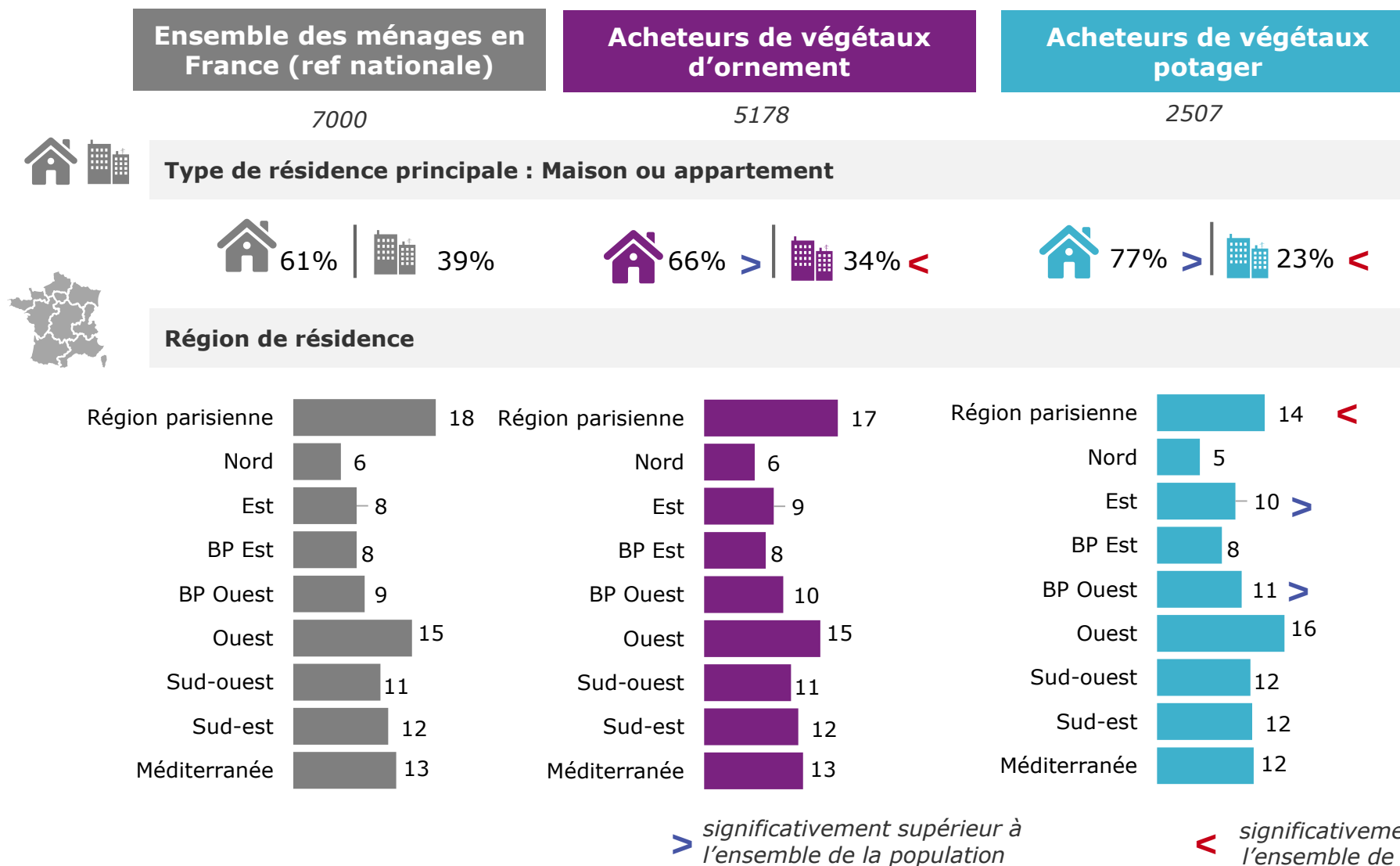
Base : végétaux d'ornement et de potager

En volume le panier moyen en potager est plus élevé que celui de l'ornement, en valeur il est 4 fois moins important

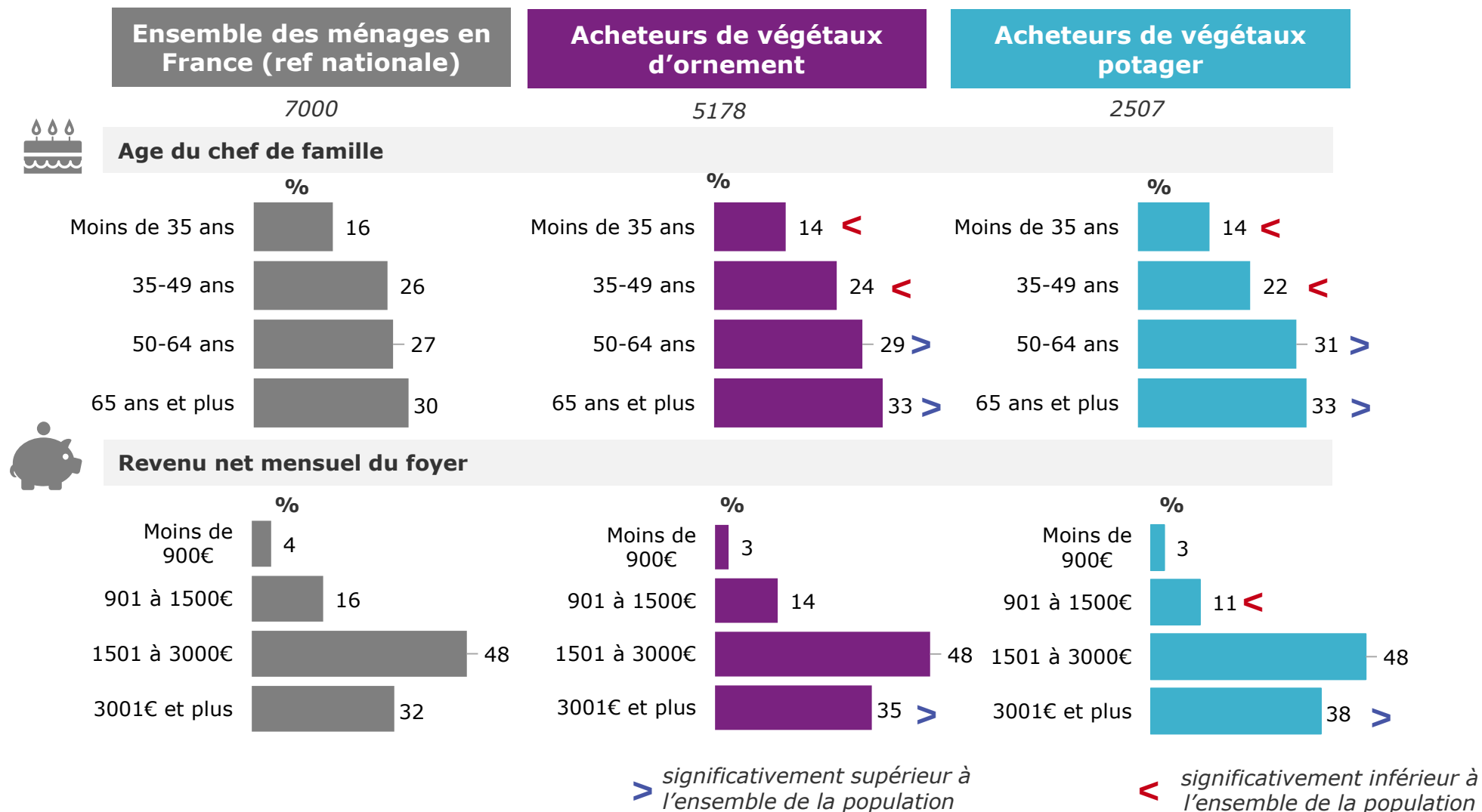
PANIER MOYEN ANNUEL		Ensemble des végétaux	Ensemble des végétaux d'ornement	Ensemble des végétaux potager
Nombre moyen de végétaux par acheteur		30,1	18,5	26,3
Somme moyenne dépensée par acheteur		113,0 €	106,0 €	23,9 €
Soit en prix moyen par végétal :		3,8 €	5,7 €	0,9 €

Base : ensemble des végétaux d'ornement et de potager

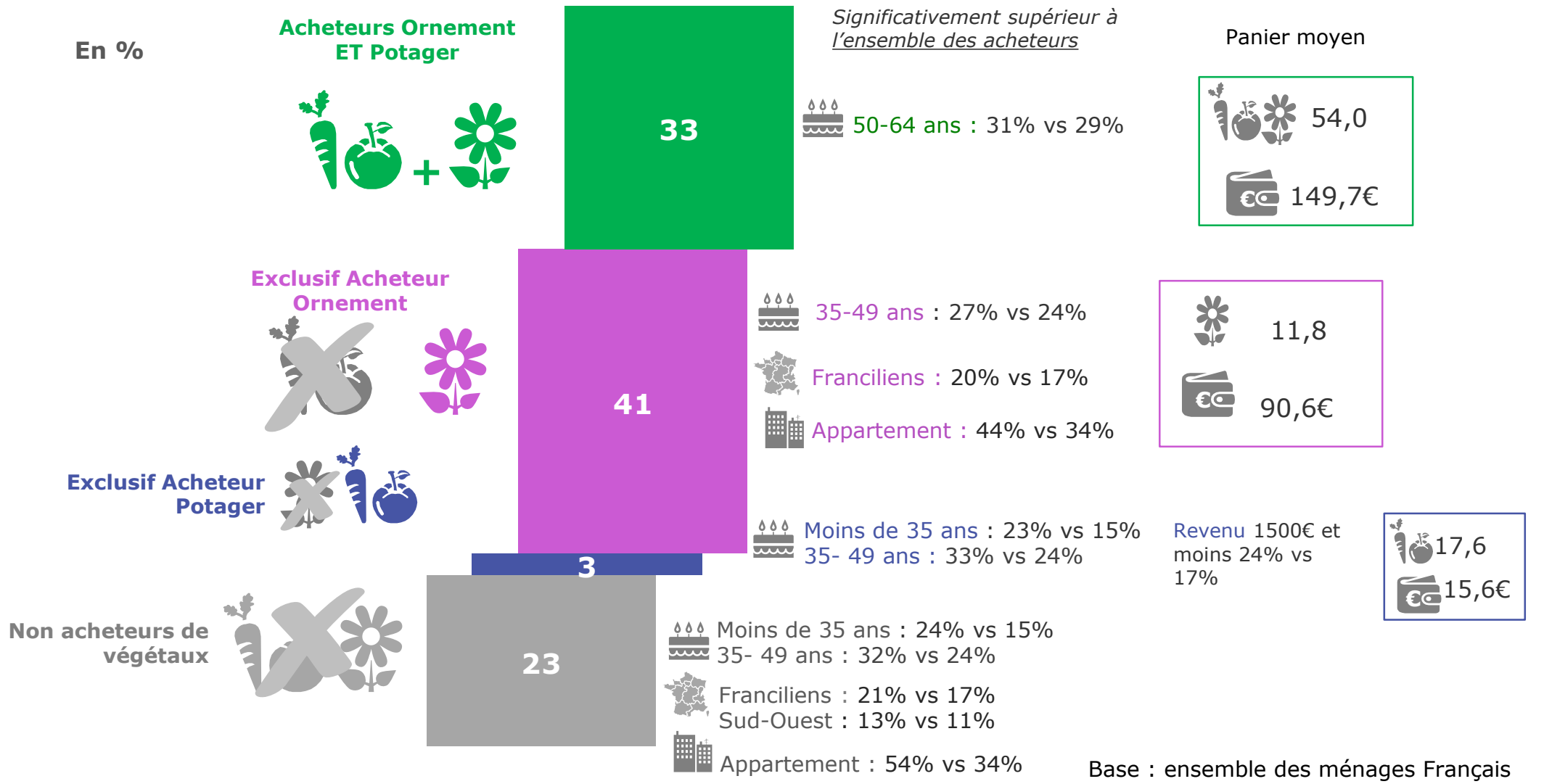
Les acheteurs de végétaux résident plus qu'en moyenne dans une maison, un fait encore plus marqué chez les acheteurs de végétaux potager



Des acheteurs de végétaux plus senior qu'en moyenne et des foyers avec des revenus plus confortables ; des caractéristiques encore plus prononcées chez les acheteurs de végétaux potager



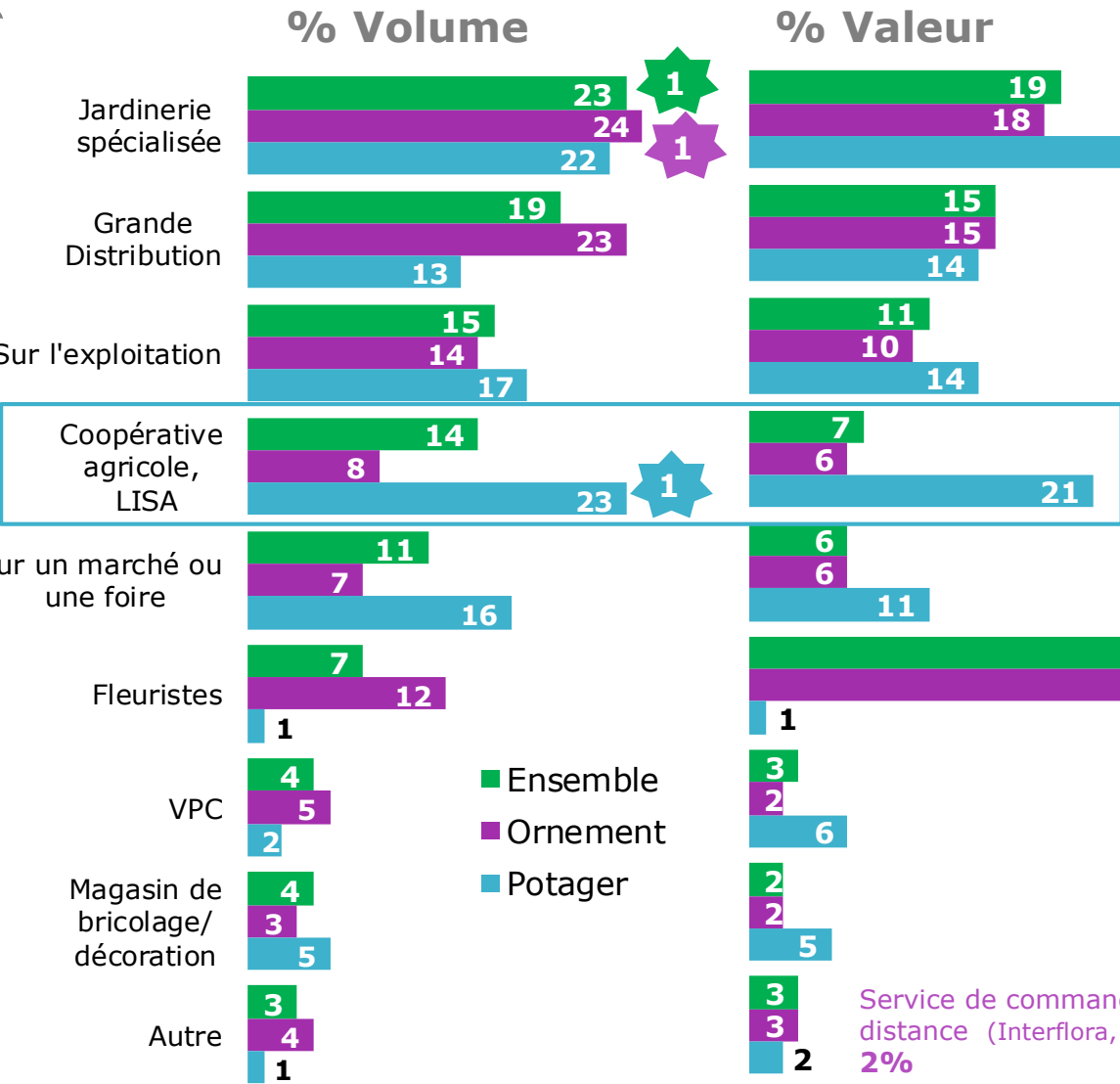
1/3 des foyers en France achètent à la fois des végétaux d'ornement et des végétaux potager, il s'agit de « gros » acheteurs puisque leur panier moyen est supérieur à la moyenne.



La jardinerie spécialisée est le 1^{er} circuit d'achat en volume des végétaux, grâce à l'ornement, suivi de la grande distribution.



Poids des circuits



Professionnels des végétaux

	% QA	% SD
Ensemble	65%	75%
Ornement	64%	75%
Potager	66%	70%



Internet

	% QA	% SD
Ensemble	2%	3%
Ornement	3%	3%
Potager	0,1%	0,4%

Service de commande à distance (Interflora, Florajet...) 2%

Base : ensemble des achats de végétaux



TNS Sofres

Végétaux d'ornement et plants potagers, de pomme de terre, plantes aromatiques 2015

© TNS



2

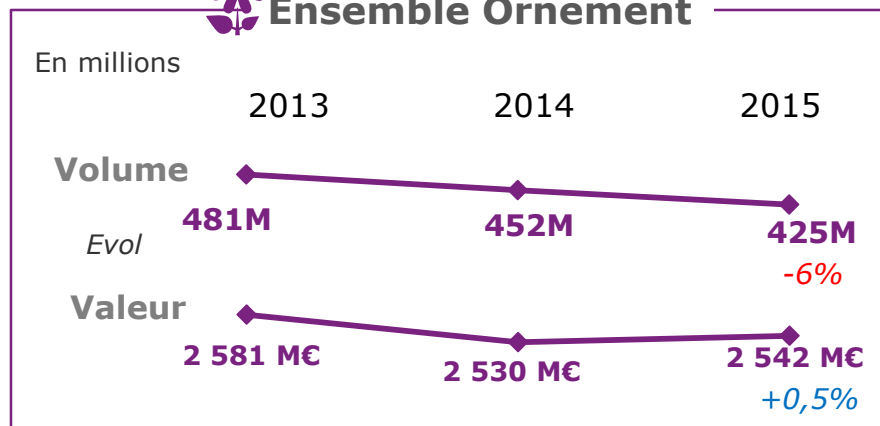
Les achats de végétaux d'ornement



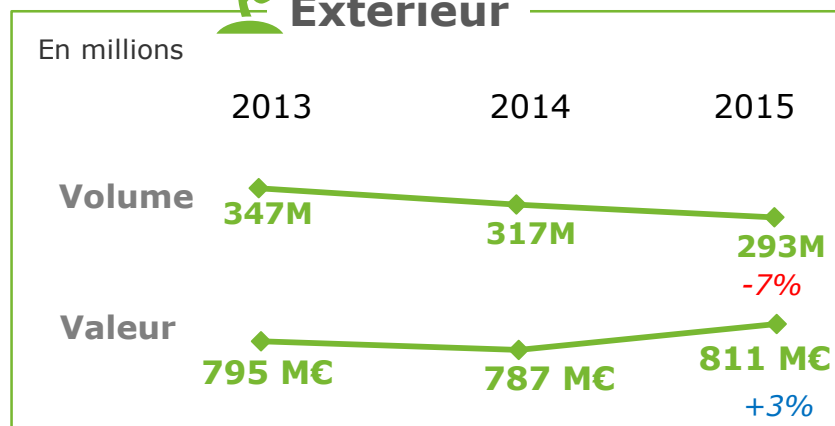
Un marché qui perd surtout en volume en raison de la moindre performance des végétaux d'extérieur, mais les sommes dépensées se maintiennent.



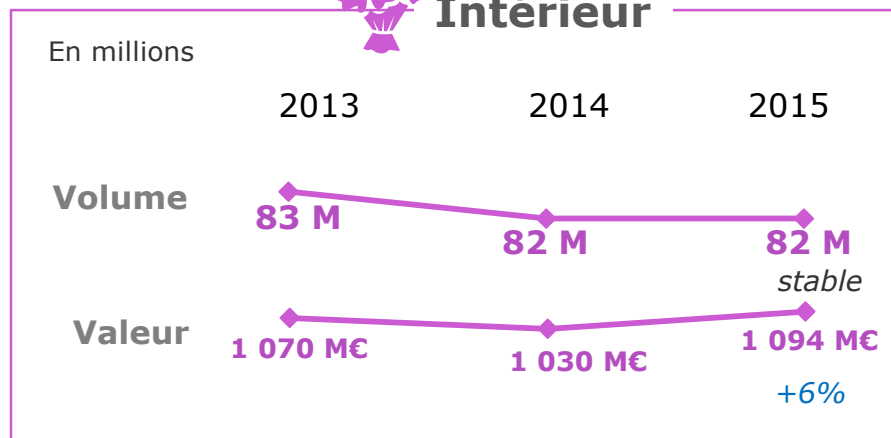
Ensemble Ornement



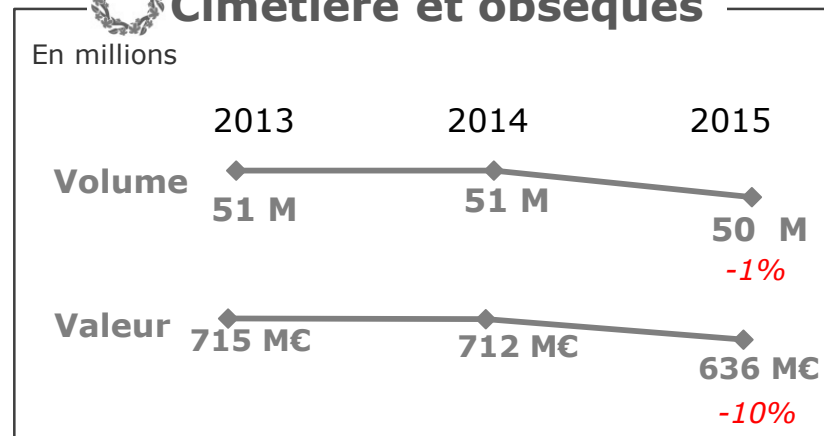
Extérieur



Intérieur

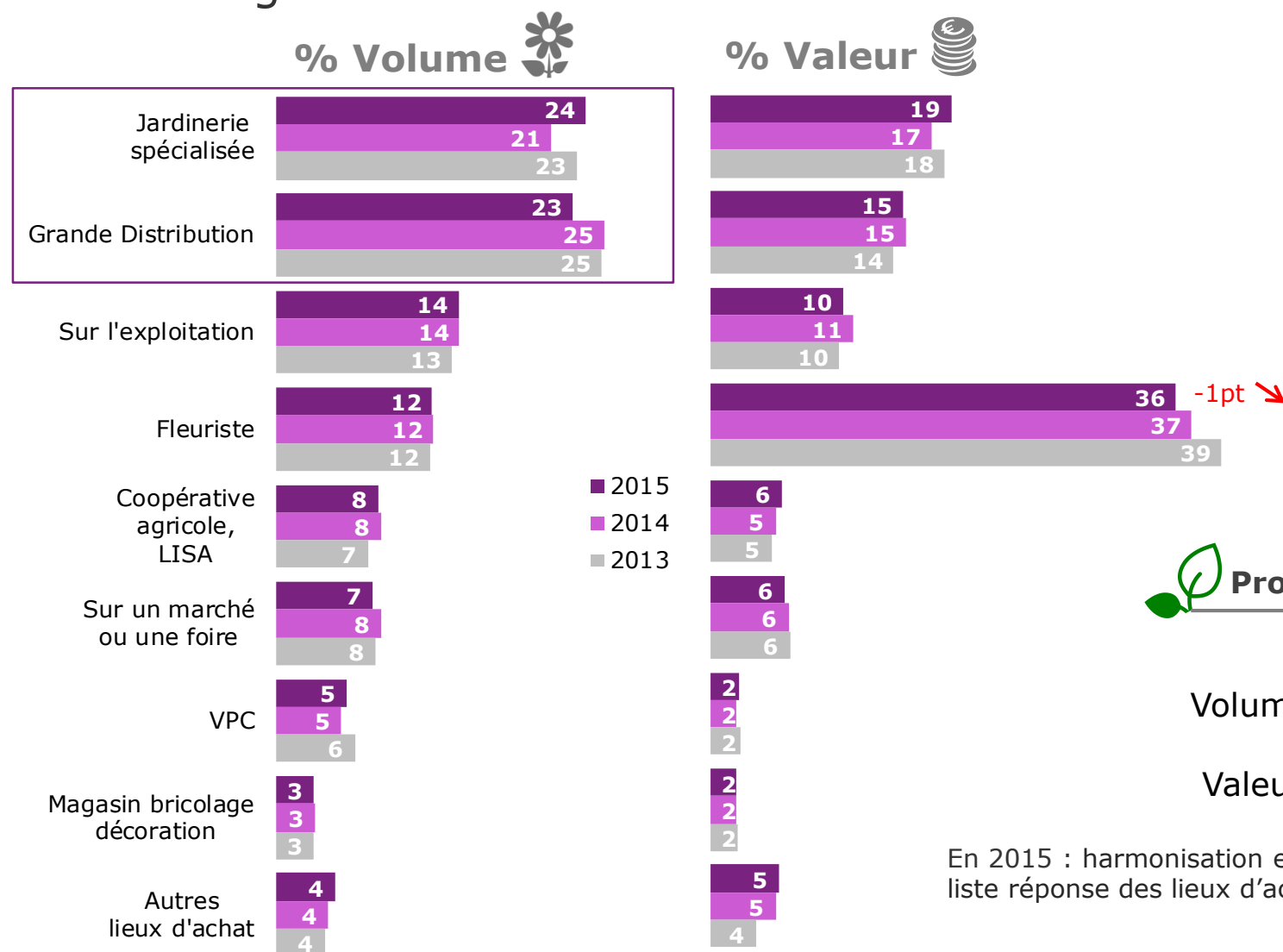


Cimetière et obsèques



Données 2013 et 2014 rétropolées

Le fleuriste reste en tête en valeur mais continue de perdre des parts de marché. En volume, la jardinerie spécialisée et la grande distribution sont quasiment à égalité.



Professionnels des végétaux

	2013	2014	2015
Volume	62	62	64
Valeur	76	74	75

En 2015 : harmonisation et enrichissement de la liste réponse des lieux d'achat

Données 2013 et 2014 rétropolées

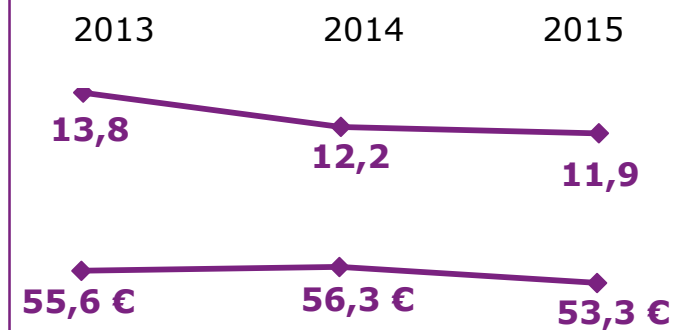
Base : ensemble des achats de végétaux d'ornement

Des indicateurs comportementaux à la baisse sur les principaux circuits.

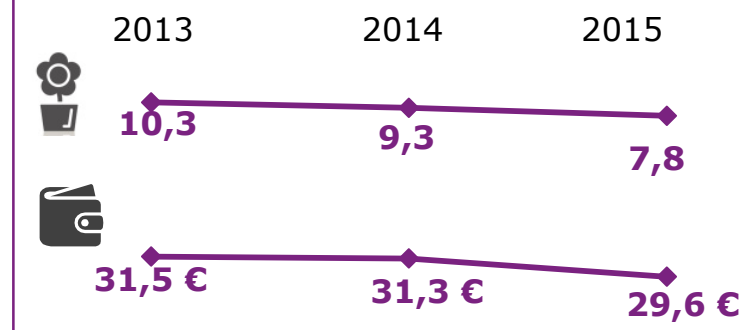
Nombre
moyen 

Somme
moyenne 

Jardinerie spécialisée



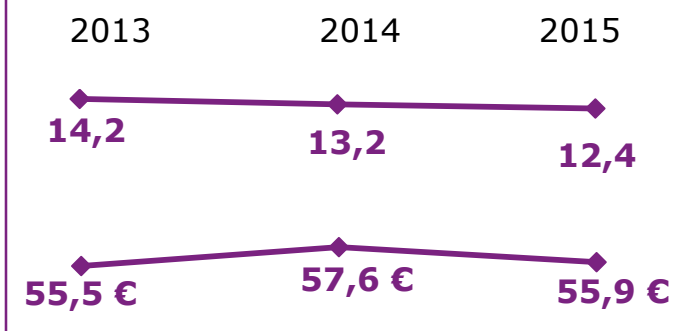
Grande Distribution



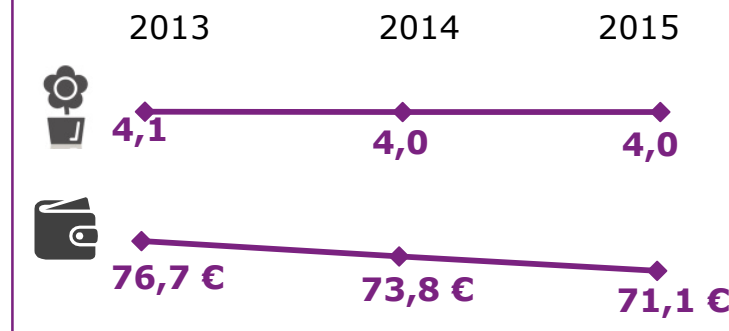
Exploitation horticole

Nombre
moyen 

Somme
moyenne 



Fleuriste



Données 2013 et 2014 rétropolées

Base : ensemble des achats de végétaux d'ornement

Au sein des végétaux d'intérieur, les bottes de fleurs concentrent près de la moitié des sommes dépensées. La rose et l'orchidée sont les espèces en tête du podium.



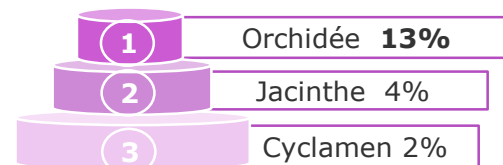
Végétaux d'intérieur

% de sommes dépensées

Plante fleurie

35

Les espèces les plus achetées



Autres espèces : 16%

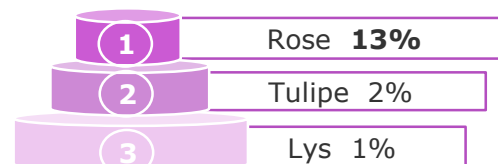
Botte de fleurs
de plusieurs espèces

23

Total botte
de fleurs
46%

Botte de fleurs
d'une seule espèce

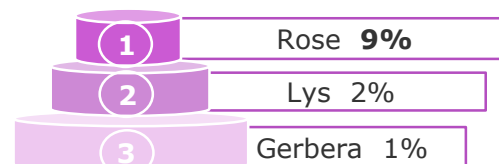
23



Autres espèces: 7%

Fleur coupée
achetée à la pièce

12



Autres espèces < 1%

Plante verte

5

Cactée / Plante grasse/
Bonzai

3

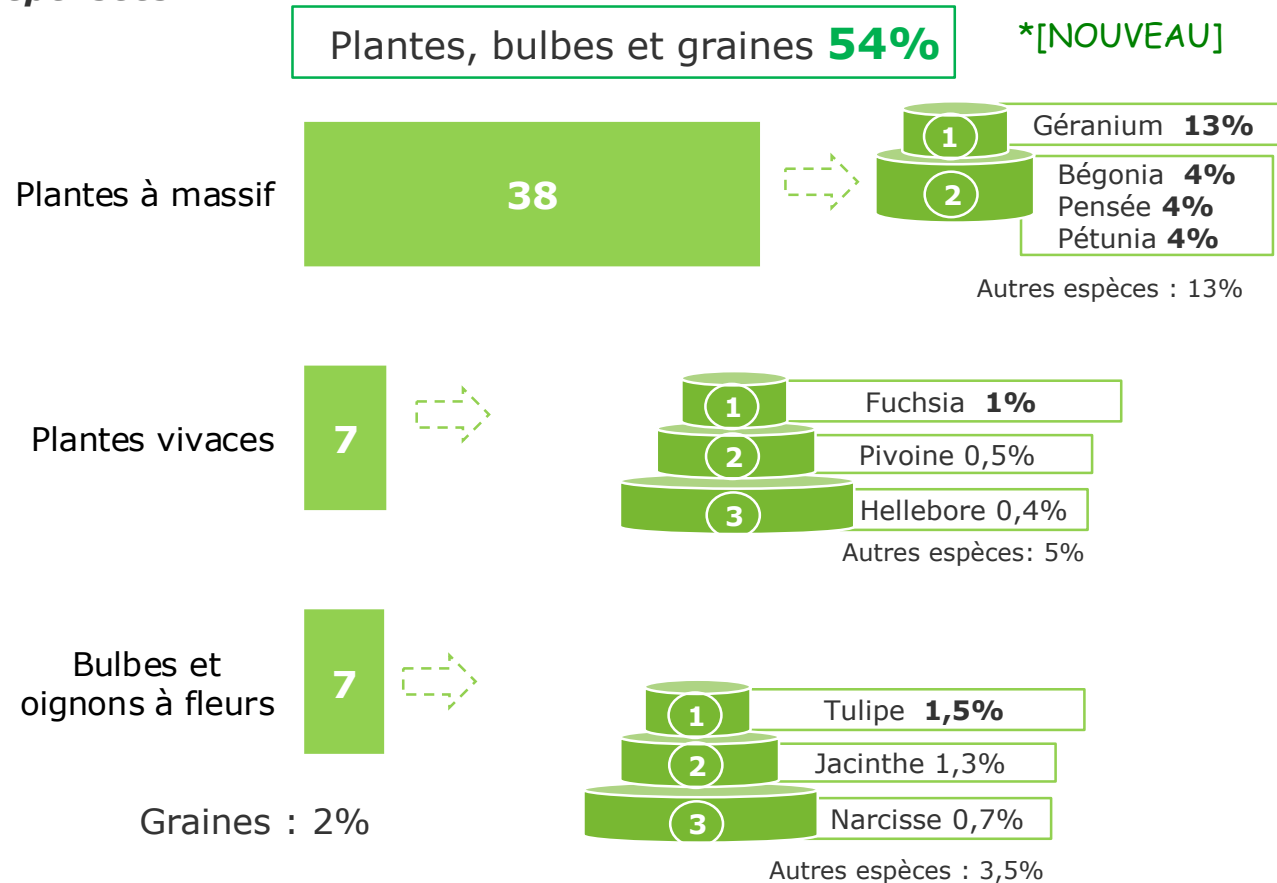
Base : achats de végétaux d'intérieur

En végétaux d'extérieur, les plantes et bulbes concentrent un peu plus de la moitié des sommes dépensées. Le géranium est l'espèce la plus achetée.



Végétaux d'extérieur

% de sommes dépensées

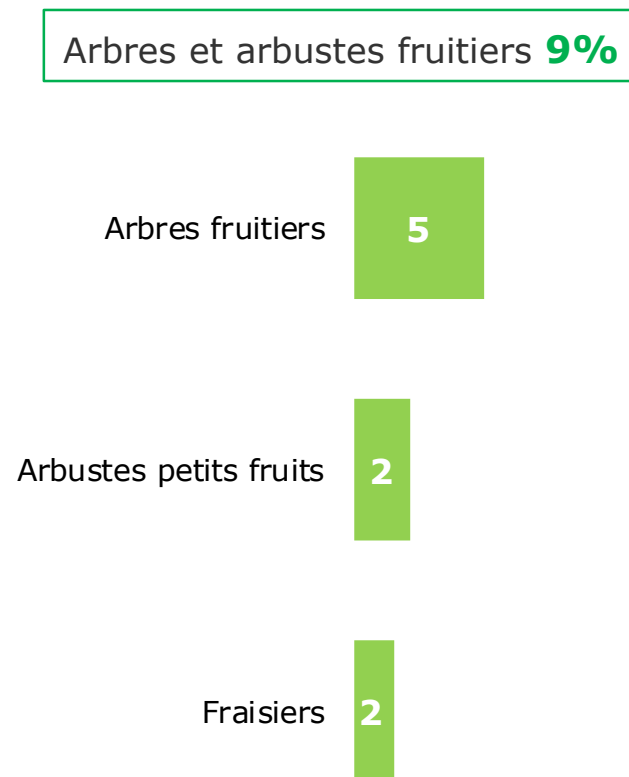
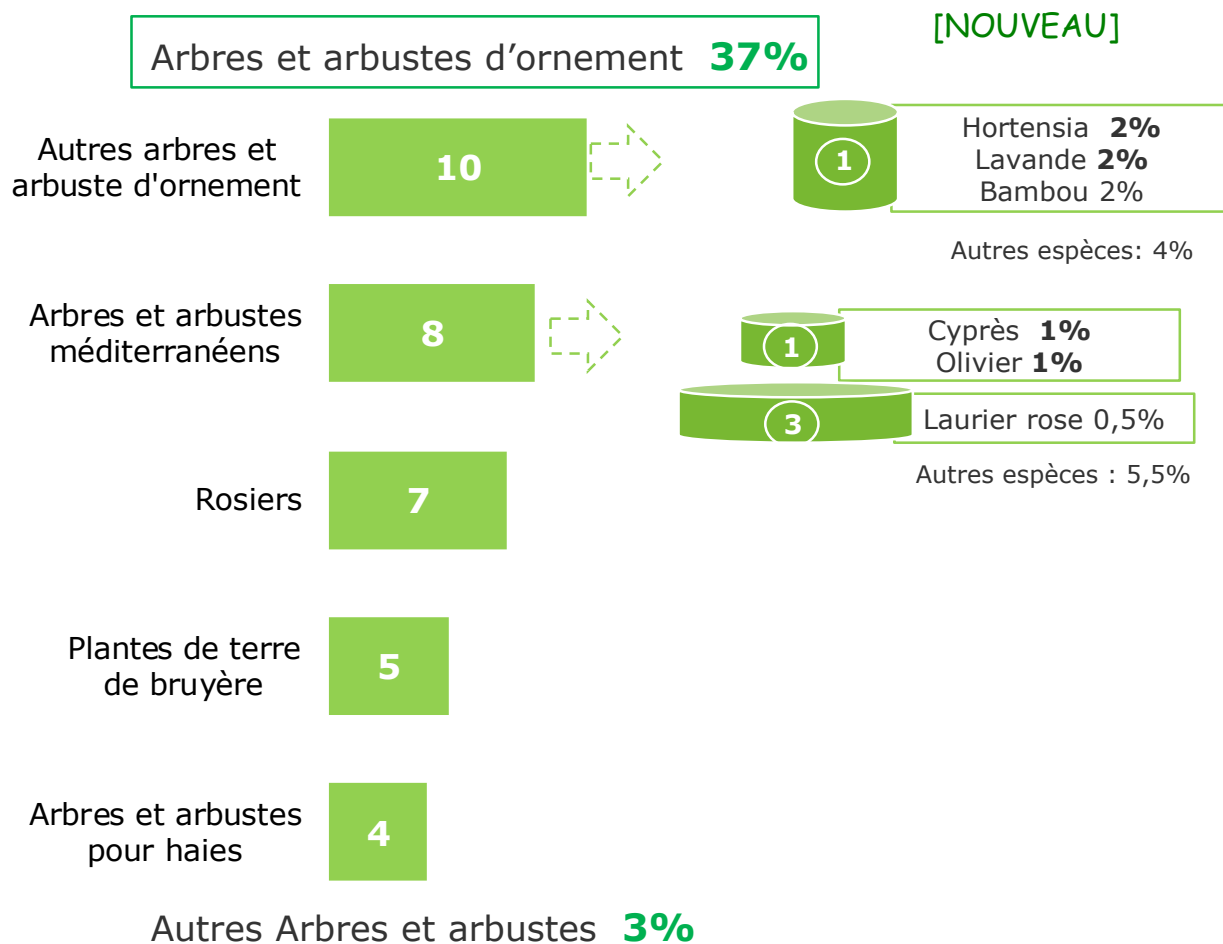


*codification des espèces issue des listes des professionnels

Base : achats de végétaux d'extérieur

Les arbres et arbustes d'ornement génèrent un peu plus d'un tiers des sommes dépensées. En termes d'espèce, le rosier est en tête du podium.

 Végétaux d'extérieur
% de sommes dépensées

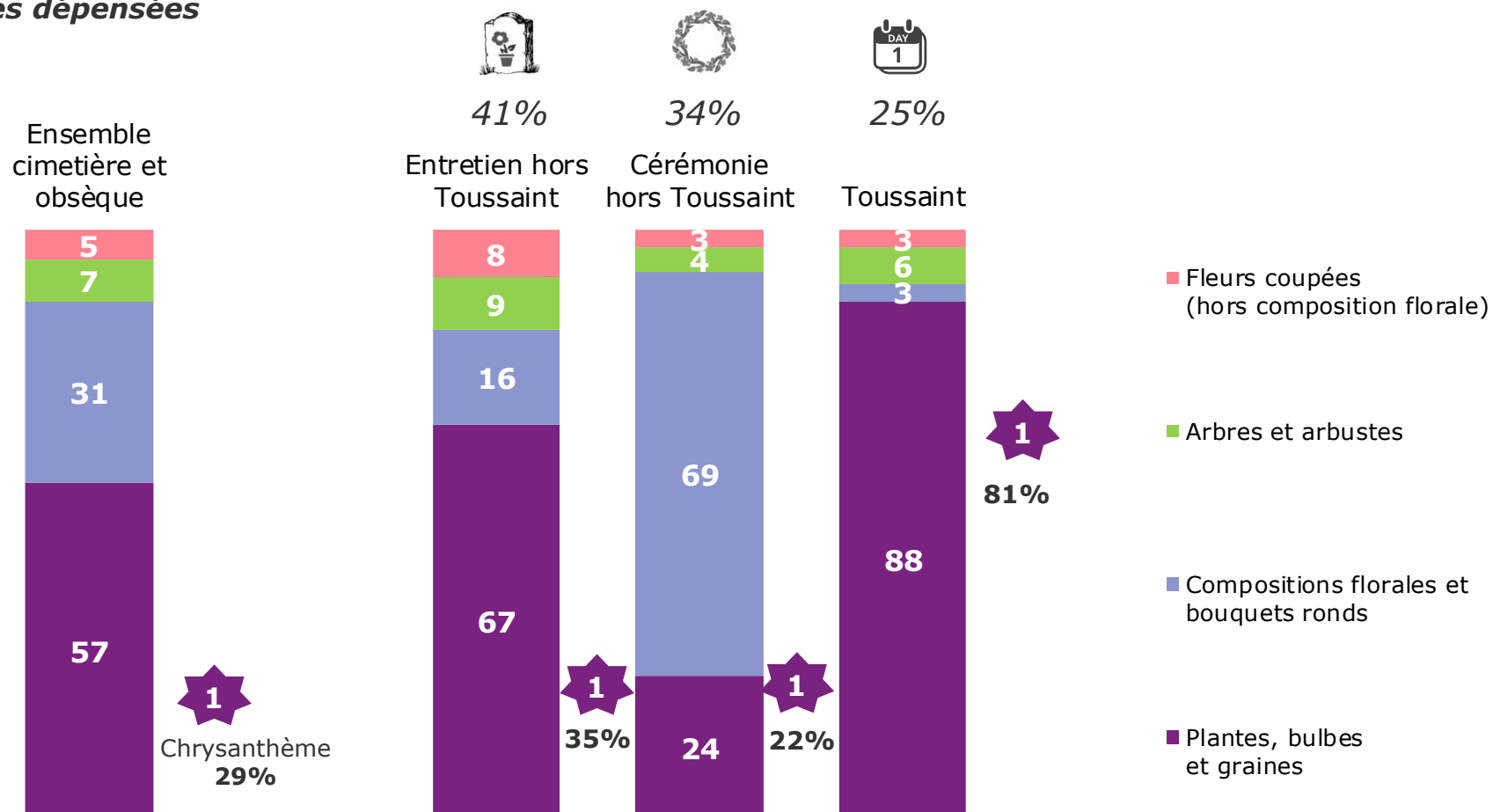


Base : achats de végétaux d'extérieur

Les plantes en pots sont prédominantes ; le chrysanthème est incontournable dans ce marché.

Végétaux pour le cimetière et les obsèques

% de sommes dépensées



Base : achats de végétaux pour le cimetière ou les obsèques

[NOUVEAU]

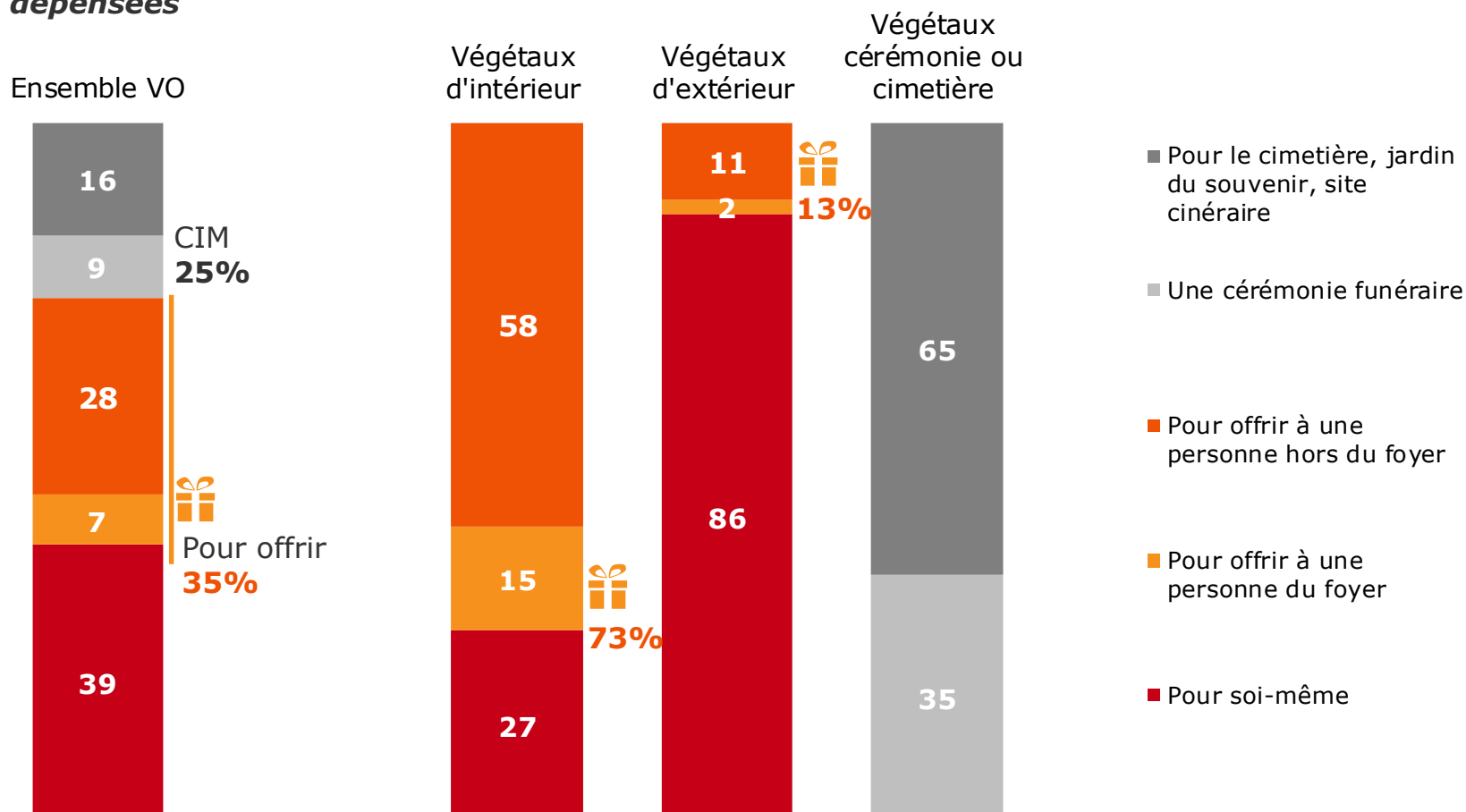
3

Les végétaux d'ornement pour offrir



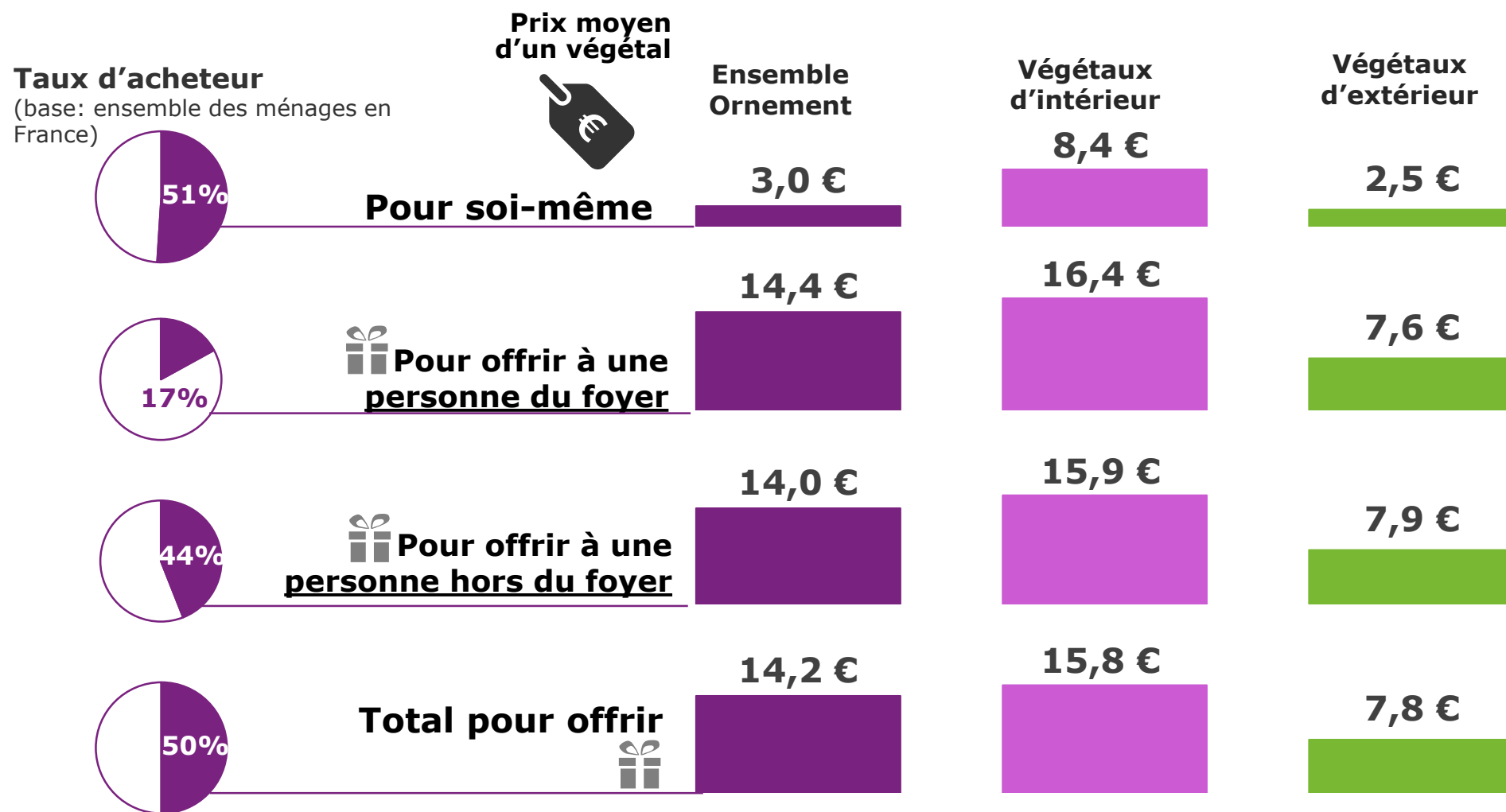
L'essentiel des végétaux pour offrir sont pour l'intérieur, cependant 13% des sommes dépensées en végétaux d'extérieur sont associées à un cadeau

% de sommes dépensées



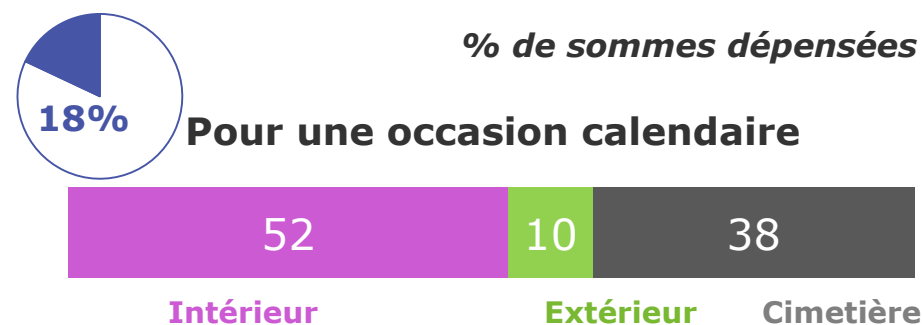
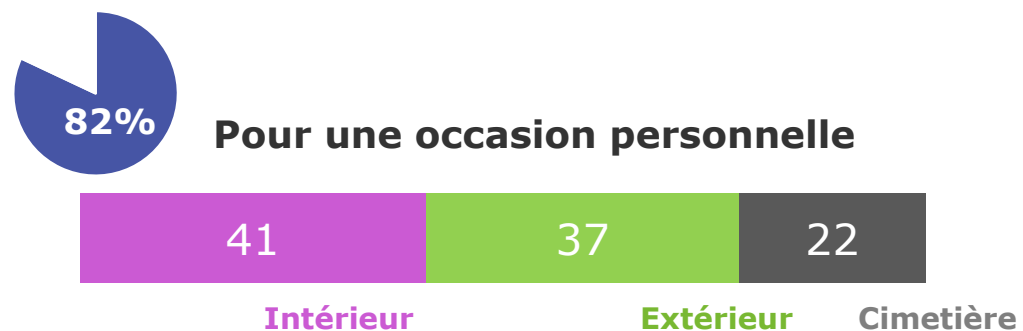
Base : ensemble des achats de végétaux d'ornement

Pas de différence notable entre le prix moyen d'un végétal pour offrir à une personne du foyer et celui pour offrir à une personne hors du foyer



Base : ensemble des végétaux d'ornement

La notion de cadeau pour tous les marchés : des végétaux d'extérieur sont également offerts pour des occasions calendaires



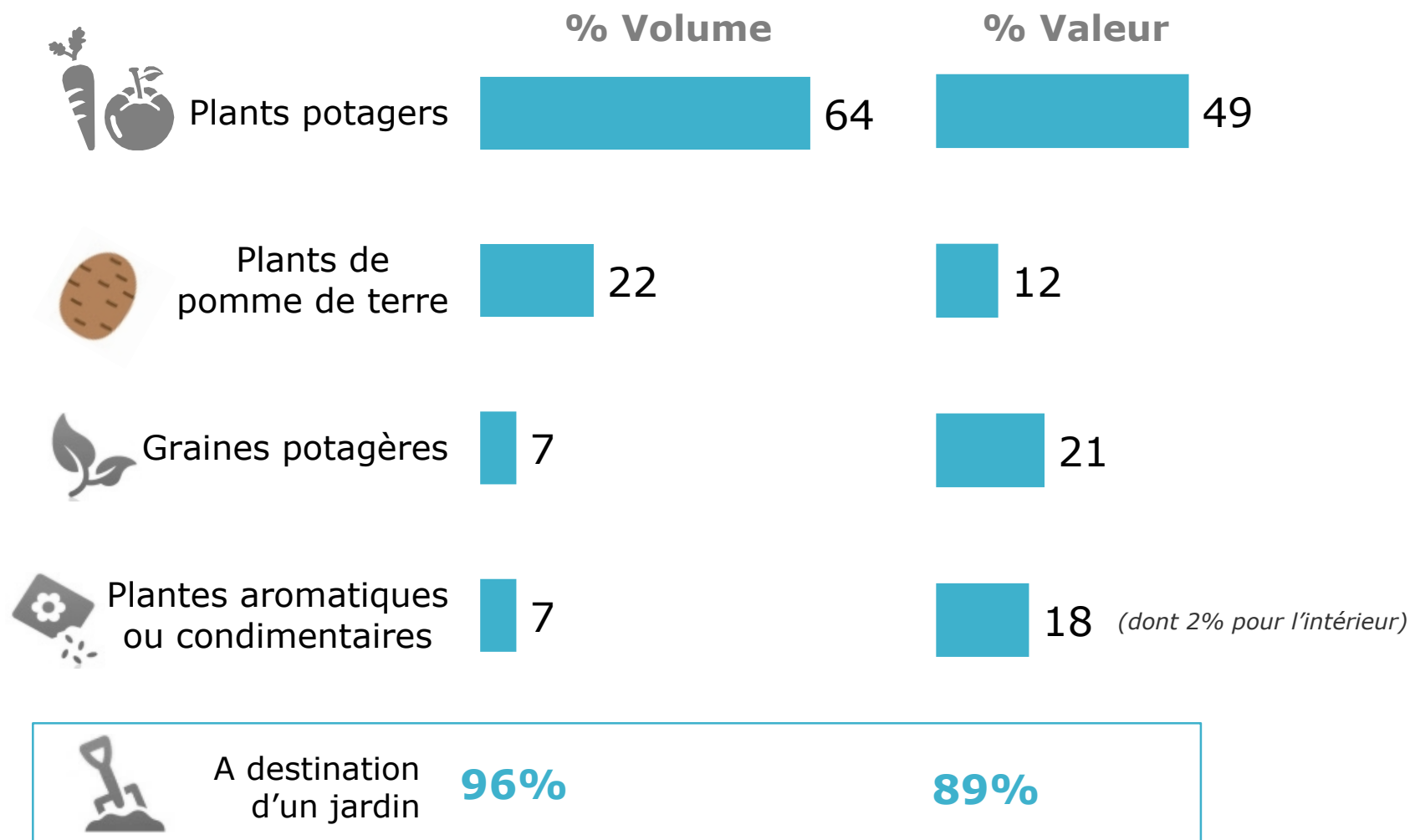
Base : ensemble des végétaux d'ornement

[NOUVEAU]

4 Les achats de plants potagers, de pomme de terre et plantes aromatiques ou condimentaires

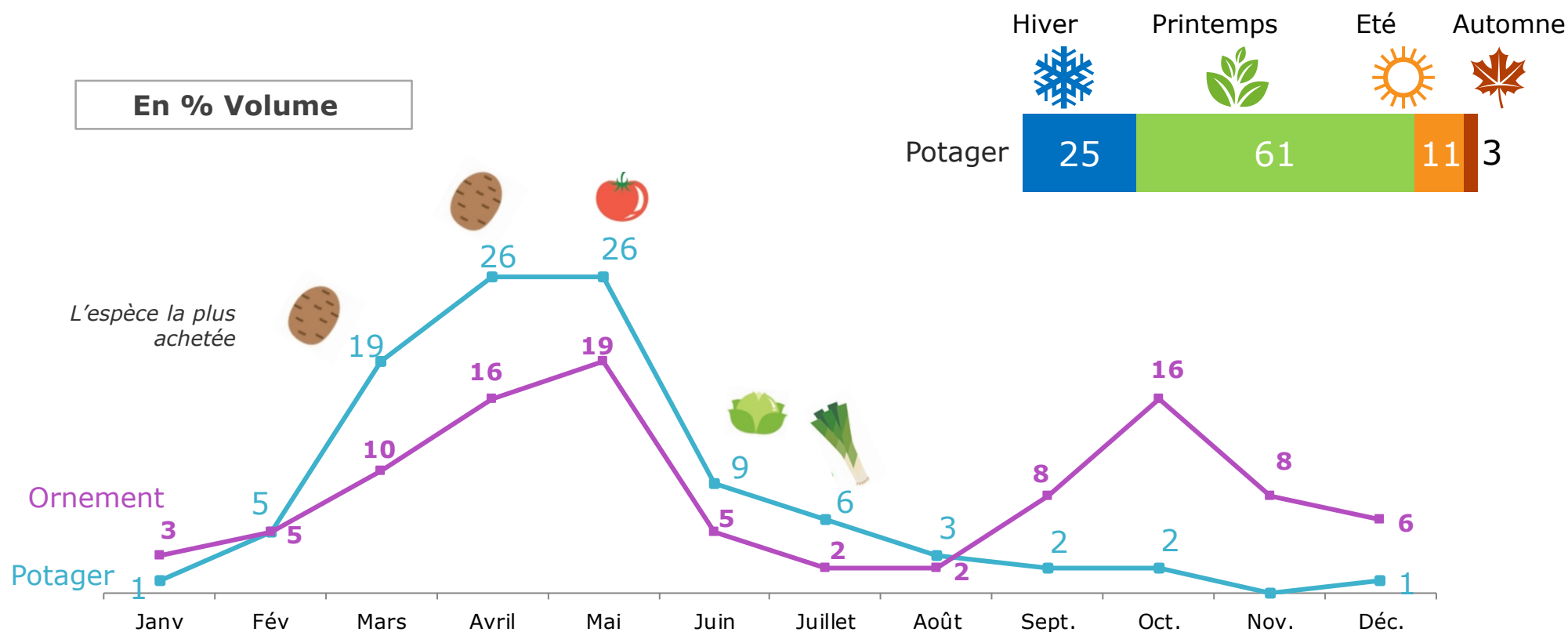


En volume, les achats de plants potagers sont majoritaires, les graines potagères et les plantes aromatiques ou condimentaires génèrent plus de valeur que de volume



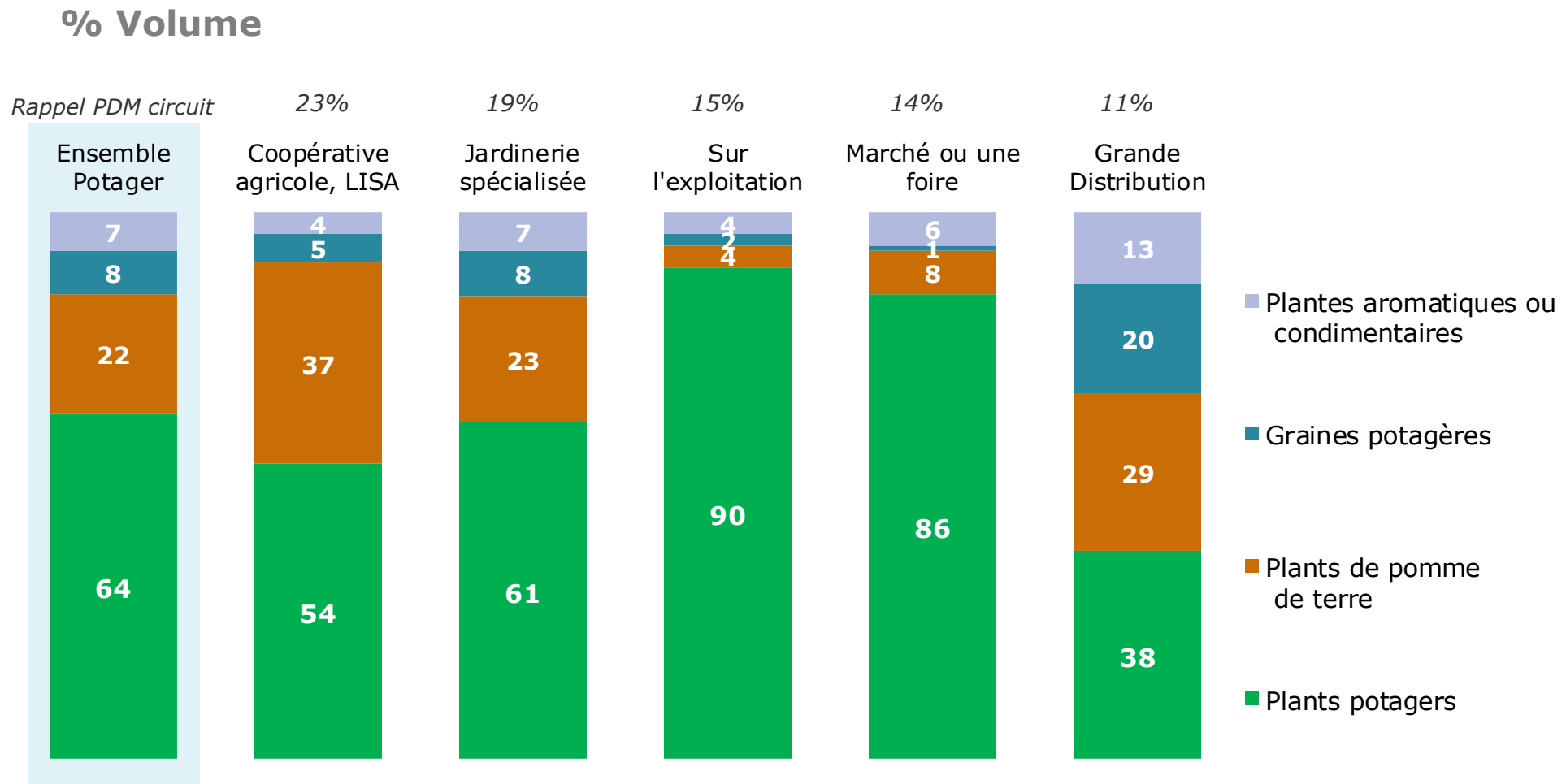
Base : végétaux potager

Avril et mai concentrent plus de la moitié des achats de plants ou graines. On retrouve les mêmes pics pour les achats d'ornement, hormis en octobre (Toussaint) et la saisonnalité est un peu plus étalée, rythmée par les événements calendaires



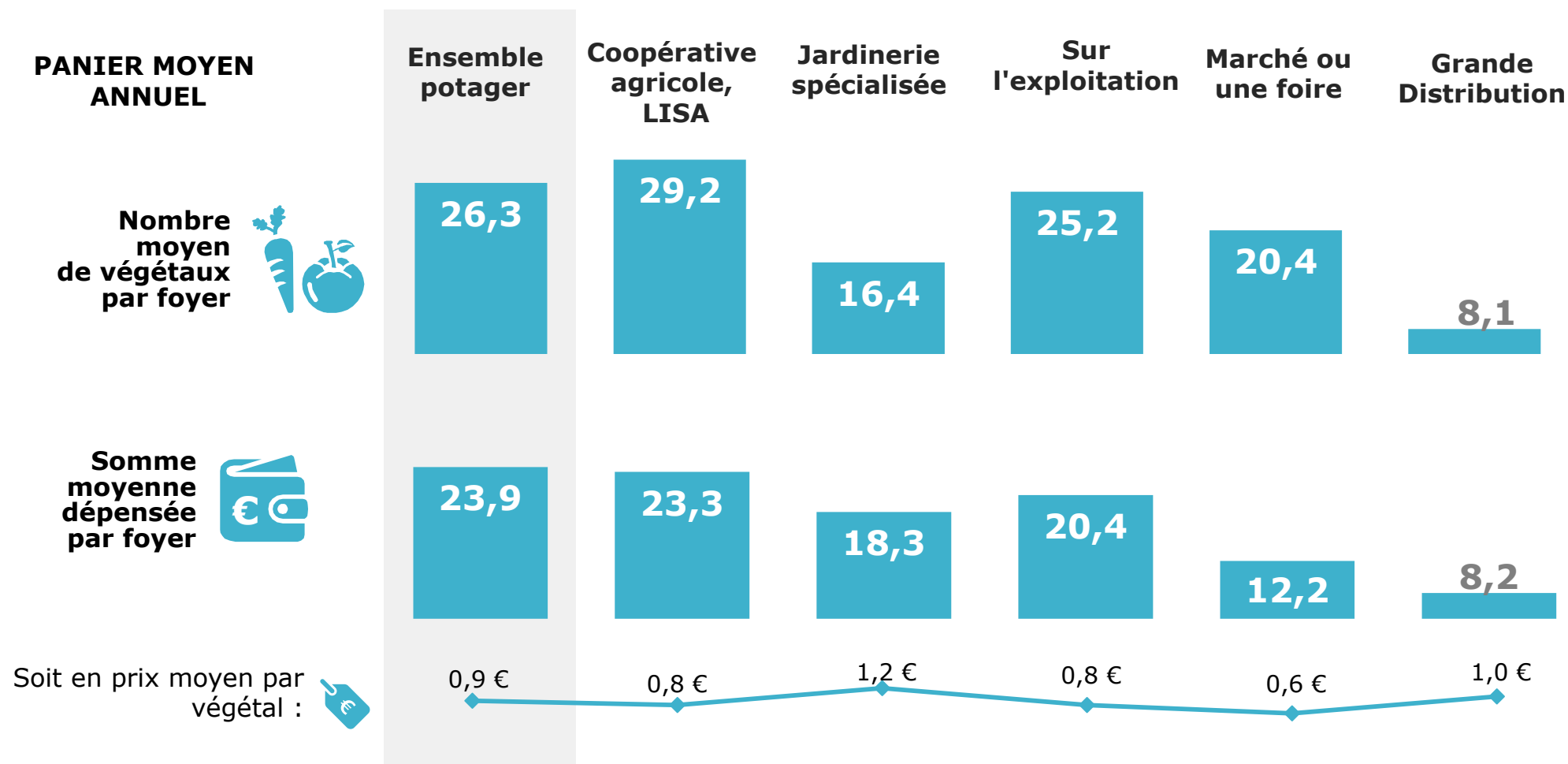
Base : ensemble des végétaux

En volume, la répartition des achats par catégorie est comparable à la moyenne pour la jardinerie spécialisée et la coopérative agricole, plus spécifique pour les autres lieux d'achat



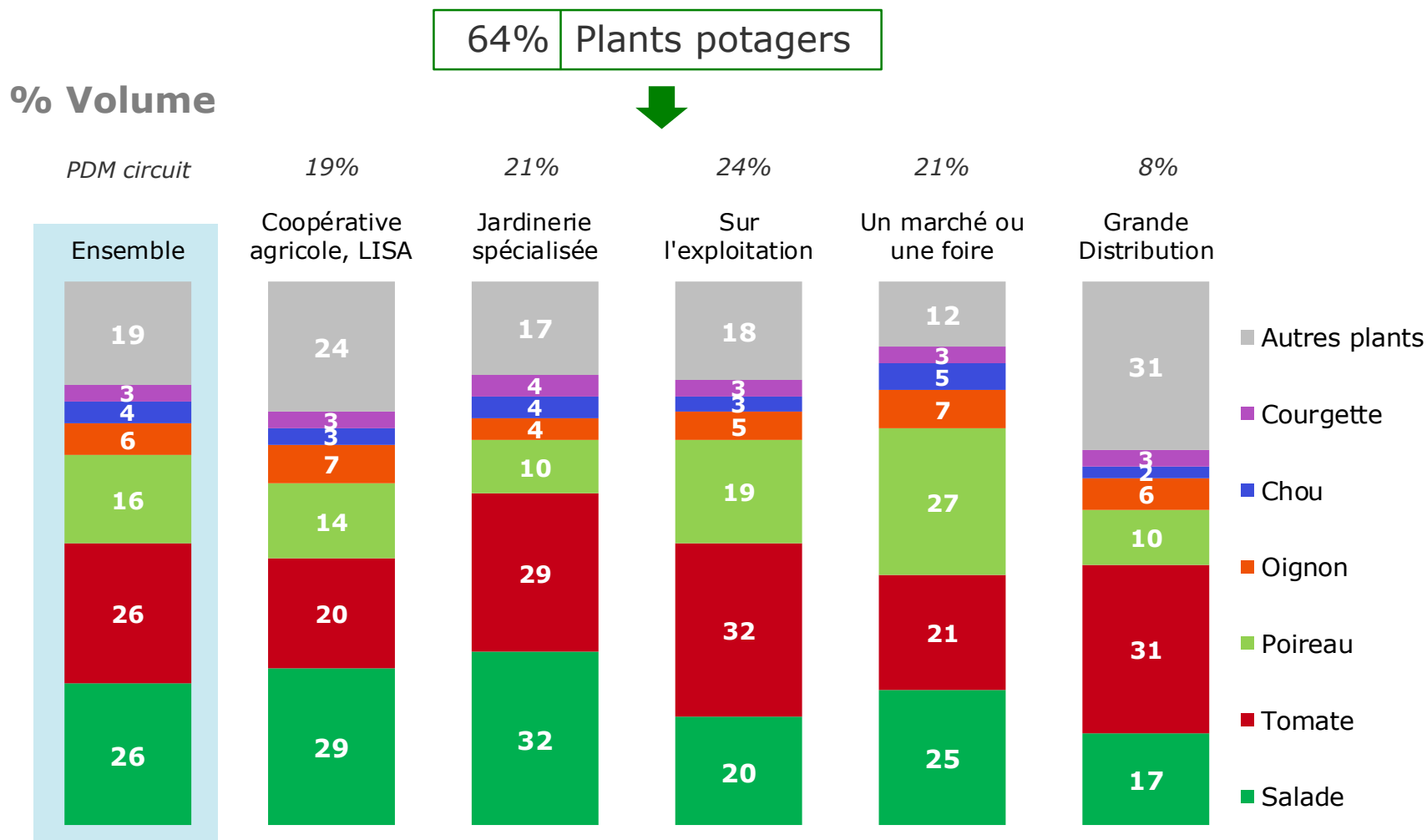
Base : végétaux potager

Des achats différents par circuit, mais aussi des comportements d'achat variés selon le circuit



Base : végétaux potager

Au sein des plants potagers, la tomate et la salade sont les espèces les plus achetées, notamment en jardinerie spécialisée. En grande distribution, les espèces sont plus diversifiées et la tomate est plus plébiscitée qu'en moyenne



Base : plants potagers

A retenir...

En 2015, 8 foyers sur 10 en France achètent un végétal. **1 foyer sur 3** achète à la fois un végétal d'ornement et un végétal potager.

La jardinerie spécialisée est le 1er circuit d'achat des végétaux en volume, suivi de près par la **grande distribution** ; en valeur **le fleuriste** est en tête. Pour l'achat de végétaux potager, les ménages se rendent d'abord dans **les coopératives agricoles et libre service ou en jardinerie spécialisée**.

Le marché des végétaux d'ornement perd surtout des volumes depuis 3 ans, tiré par la moindre performance des végétaux d'extérieur, mais en sommes dépensées le marché se maintient grâce aux végétaux d'intérieur.

L'essentiel des **végétaux d'ornement pour offrir** sont pour l'intérieur, cependant 13% des sommes dépensées en végétaux d'extérieur sont destinées à des cadeaux.

Au sein du marché des végétaux potager, les **achats de plants potagers** sont majoritaires et leur poids varie fortement selon le circuit de distribution.

Les achats de végétaux d'ornement et les achats de graines, plants potagers, plantes aromatiques ou plants de pomme de terre – bilan de l'année 2015

À propos de FranceAgriMer

FranceAgriMer, établissement national des produits de l'agriculture et de la mer, exerce ses missions pour le compte de l'État, en lien avec le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du territoire.

Ces missions consistent principalement à favoriser la concertation au sein des filières de l'agriculture et de la pêche, à assurer la connaissance et l'organisation des marchés, ainsi qu'à gérer des aides publiques nationales et communautaires.

Contact : Ghislaine PARAN

ghislaine.paran@franceagrimer.fr

À propos de VAL'HOR

VAL'HOR est l'Interprofession de la filière de l'horticulture d'ornement. Elle rassemble les organisations professionnelles du secteur de la production et du commerce horticole et des pépinières, ainsi que du paysage et du jardin.

Ses missions sont les suivantes : développer la consommation de produits et de services par la communication et la promotion collective, réaliser des programmes d'expérimentation en matière d'innovation technique, favoriser le recrutement dans la filière par la valorisation des métiers et des savoir-faire, élaborer et mettre en œuvre des règles et disciplines de qualité et de certification, développer la connaissance du marché et de la filière par la réalisation et la diffusion d'études, optimiser les mécanismes du marché et la synergie entre les opérateurs.

Contact : Aline HAERINGER

aline.haeringer@valhor.fr

À propos de TNS Sofres

Leader français et référence des études marketing et d'opinion, TNS Sofres est une société du groupe TNS, l'un des leaders mondiaux du marché, n°1 des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études uniques couvrent la gestion de marque, la communication, la conquête de nouveaux marchés, l'innovation, l'acquisition de clients et le stakeholder management. TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et développe une connaissance unique des comportements et des attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques. TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée.

Contact : Frédéric LOS

frederic.los@tns-sofres.com



TNS Sofres

Végétaux d'ornement et plants potagers, de pomme de terre, plantes aromatiques 2015

© TNS

