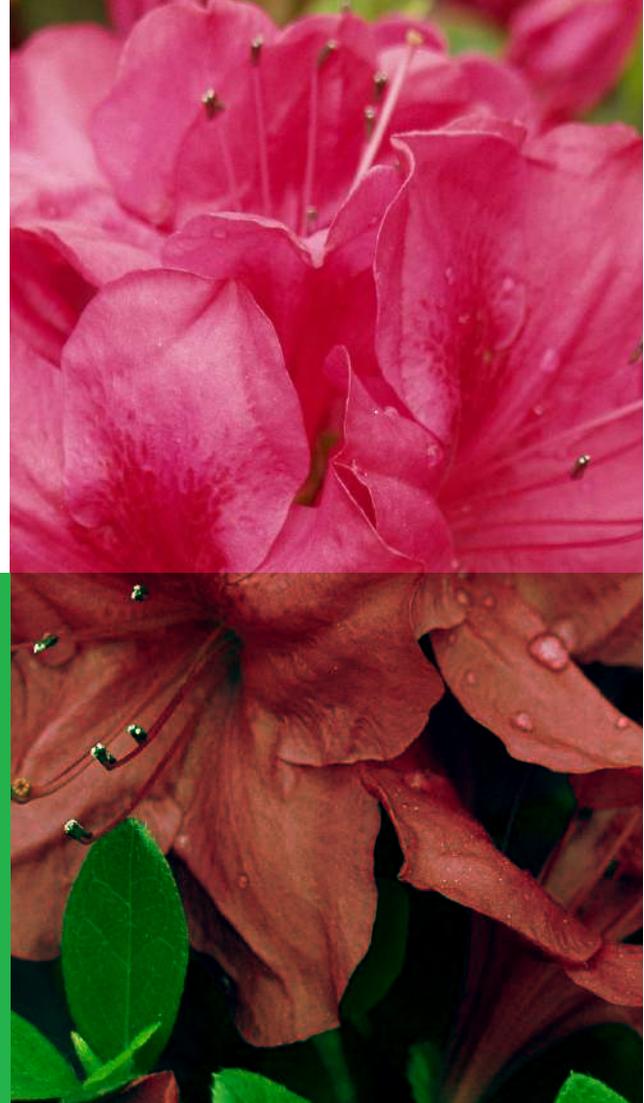


> Horticulture

> juin 2014

# Données et bilans

## Végétaux d'ornement : achats des ménages en 2013



FranceAgriMer

Introduction	p. 5
Méthodologie	p. 6
Consommation des ménages en végétaux d'ornement en 2013	p. 7
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Répartition par segments</li> <li>• Analyse des circuits d'achat</li> <li>• Taux de pénétration, panier moyen et analyse des acheteurs</li> <li>• Saisonnalité des achats</li> </ul>	<p>p. 7</p> <p>p. 7</p> <p>p. 8</p> <p>p. 10</p>
Achats de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir	p.11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catégories de végétaux d'intérieur achetés</li> <li>• Lieux d'achat</li> <li>• Saisonnalité</li> <li>• Destination des achats et occasions d'achat pour offrir</li> <li>• Profils d'acheteurs</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>✓ Jardineries spécialisées</li> <li>✓ Marché ou foire</li> </ul> </li> </ul>	<p>p. 11</p> <p>p. 12</p> <p>p. 13</p> <p>p. 14</p> <p>p. 16</p> <p>p. 16</p> <p>p. 26</p>
Achats de végétaux d'extérieur	p. 31
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catégorie de végétaux d'extérieur achetés</li> <li>• Lieux d'achat</li> <li>• Saisonnalité</li> <li>• Destination des achats</li> <li>• Profil d'acheteurs</li> <li>• Détail par catégorie de végétaux d'extérieur <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plantes à massifs, vivaces et géraniums</li> <li>✓ Rosiers</li> <li>✓ Fruitiers (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>✓ Jardineries spécialisées, Lisa</li> <li>✓ Grande distribution</li> <li>✓ Achats sur le lieu d'exploitation</li> <li>✓ Vente par correspondance</li> </ul> </li> <li>• Les destinations « jardin ou terrasse, balcon, rebord de fenêtre » <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lieux d'achat</li> </ul> </li> </ul>	<p>p. 31</p> <p>p. 32</p> <p>p. 33</p> <p>p. 33</p> <p>p. 34</p> <p>p. 41</p>

## Achats pour les obsèques et le cimetière

p. 51

- Catégorie de végétaux p. 51
- Lieux d'achat p. 52
- Modes d'achat p. 53
- Destination des achats p. 53
- Saisonnalité p. 54
- Les catégories de végétaux d'intérieur p. 55
  - ✓ Plantes fleuries en pot
  - ✓ Présentations florales

# Introduction

Cette étude présente les résultats des achats de végétaux d'ornement par les ménages en 2013, mesurés par un panel de consommateurs cofinancé par FranceAgriMer et par l'interprofession horticole Val'hor.

Ces achats sont mesurés par segments :

- 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.

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

## 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) en 3 parties : Végétaux d'intérieur / Végétaux d'extérieur / Cimetière et obsèques + 1 page de listes-réponses.

## Les dates du terrain

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

## Des résultats redressés et extrapolés

Un redressement est opéré afin de pondérer les catégories insuffisamment ou trop représentées. La structure de l'échantillon est donc 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 2013 à 3 947 (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 2013

**Un marché global représentant 3,1 milliards d'euros où seuls les végétaux d'intérieur se maintiennent tendanciellement en hausse**

## Répartition par segments

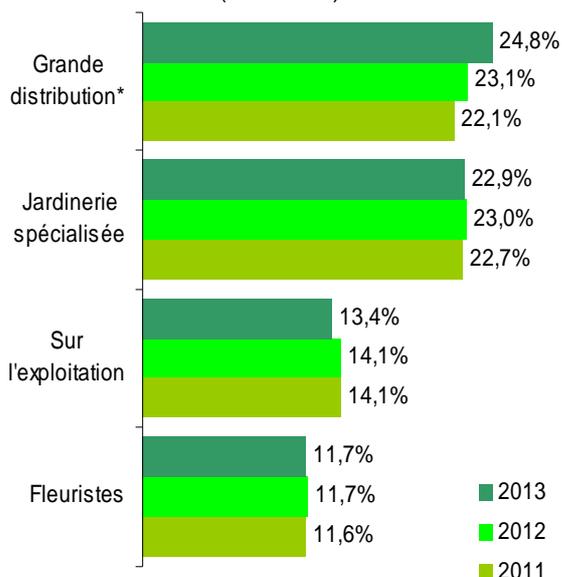
Dans un contexte général de tensions sur le pouvoir d'achat conjugué à des conditions météorologiques difficiles (sur les six premiers mois de l'année), le marché global est en recul de 4,3 % en volume et de 1,6 % en valeur par rapport à 2012.

Si les végétaux d'intérieur se maintiennent en volume et progressent légèrement en valeur (+0,8 %), la baisse du marché est particulièrement sensible sur les végétaux d'extérieur qui enregistrent une perte de 6,1 % en volume et 5,2 % en valeur par rapport à 2012. Les végétaux pour le cimetière et les obsèques enregistrent une baisse plus modérée (- 1,3 % en volume et - 1,9 % en valeur).

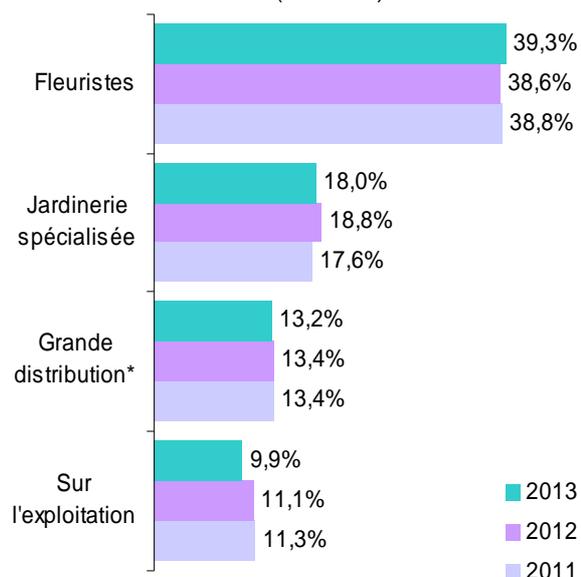
Quantités achetées					Sommes dépensées				
<i>en millions</i>	2011	2012	2013	Evol 2013/2012	<i>millions d'€</i>	2011	2012	2013	Evol 2013/2012
<b>Végétaux d'Intérieur</b>	128	118	118	0,2 %	<b>Végétaux d'Intérieur</b>	1 519	1 421	1 433	0,8 %
<b>Végétaux d'Extérieur</b>	436	395	370	- 6,1 %	<b>Végétaux d'Extérieur</b>	967	908	861	- 5,2 %
<b>Cimetière et Obsèques</b>	71	65	64	- 1,3 %	<b>Cimetière et Obsèques</b>	867	857	841	- 1,9 %
<b>Total</b>	635	577	552	- 4,3 %	<b>Total</b>	3 353	3 186	3 135	- 1,6 %

## Analyse des circuits d'achat

**Evolution des 4 principaux circuits d'achats**  
(% volume)



**Evolution des 4 principaux circuits d'achats**  
(% valeur)



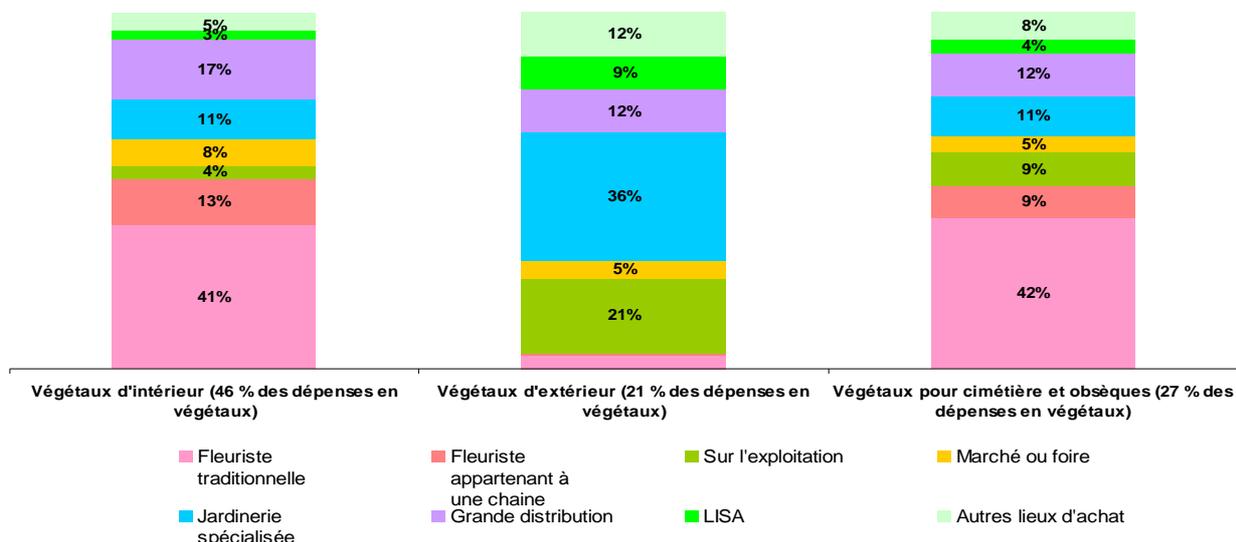
\* **Grande distribution** : Grande Surface Alimentaire + Jardineries d'Hypermarché

La grande distribution reste le principal circuit de distribution en volume, elle est en hausse constante depuis 2011 alors qu'elle est relativement stable voire en recul en valeur. A l'inverse, les achats chez les fleuristes, principal circuit de distribution en valeur, progressent par rapport à 2012 en valeur et sont constant en volume.

Après une légère progression des achats en jardinerie spécialisées de 2011 à 2012, celles-ci perdent des parts de marché en valeur entre 2012 et 2013 (-0,8pt). Les achats sur les lieux d'exploitation régressent tant en volume qu'en valeur principalement de 2012 à 2013.

### Les différents marchés de végétaux en 2013 par circuits d'achat

% des sommes dépensées



### Taux de pénétration, panier moyen et analyse des acheteurs

Sur l'ensemble des végétaux, le taux de ménages acheteurs, établi à 78 % en 2013 avec 21,5 millions de ménages acheteurs (sur 27,6 millions de ménages résidant sur le territoire national) continue de baisser. Ce taux était de 79 % en 2012 et 80 % en 2011.

La somme moyenne dépensée par acheteur en 2013 est de 123,1 € soit un recul de 0,6 € par rapport à 2012. Le panier moyen pour les végétaux d'intérieur en 2013 gagne 1,50 € par rapport à 2012 mais reste inférieur à 2011. Quant au panier moyen pour les végétaux d'extérieur, il baisse successivement de 1,90 € entre 2011 et 2012 et de 1,20 € entre 2012 et 2013.

	Panel constant 2011			Panel constant 2012			Panel constant 2013		
	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)
<b>Ensemble</b>	24,7	127,7 €	5,2 €	23,5	123,7 €	5,3 €	22,6	123,1 €	5,4 €
<b>Végétaux d'intérieur</b>	6,2	69,9 €	11,4 €	5,9	66,8 €	11,4 €	5,9	68,3 €	11,6€
<b>Végétaux d'extérieur</b>	27,5	60,7 €	2,2 €	26,3	58,8 €	2,2 €	26,1	57,6 €	2,2€
<b>Cimetière et obsèques</b>	5,3	61,5 €	11,7 €	4,8	61,1 €	12,7 €	5,0	61,8 €	12,5€

Le poids et la contribution des « gros acheteurs » au marché des végétaux diminuent en 2013.

	Petits acheteurs (1 à 10 végétaux)	Moyens acheteurs (11 à 36 végétaux)	Gros acheteurs (37 végétaux ou plus)
<b>Poids en Nombre d'Achat</b>	57 (+1pt)	25 (+1pt)	18 (-2pts)
<b>Poids en Quantité Achetée</b>	22 (+1pt)	28 (+1pt)	50 (-2pts)
<b>Poids en Somme Dépensée</b>	28 (+1pt)	30 (+2pt)	42 (-3pts)

### Un profil plus « sénior » pour la grande distribution

Au sein des acheteurs de végétaux, les caractéristiques des acheteurs de végétaux en grande distribution sont : plus âgés (et donc inactifs), en région Ouest, en maison individuelle. Par rapport à 2012, cette caractéristique « senior » s'accroît.

	Référence Nationale Base 7000	Acheteurs de végétaux 5462	Grande Distribution 3045
Moins de 35 ans	17%	16%	<b>12%</b>
35-49 ans	26%	25%	24%
50-64 ans	28%	29%	<b>32%</b>
65 ans et plus	29%	31%	32%
PCS+	32%	33%	<b>29%</b>
PCS-	27%	25%	26%
Inactif	41%	43%	<b>45%</b>
Moins de 1500€	22%	19%	21%
1501 à moins de 3000€	49%	49%	50%
3001€ et plus	29%	32%	<b>29%</b>
1 personne	35%	31%	<b>28%</b>
2 personnes	33%	36%	38%
3 personnes	14%	15%	15%
4 personnes et plus	18%	18%	19%
Région parisienne	18%	18%	15%
Nord-Est	22%	23%	24%
Ouest	23%	24%	<b>27%</b>
Sud-ouest	12%	11%	11%
Sud-est	25%	24%	23%
Maison	61%	64%	<b>68%</b>
Appartement	39%	36%	<b>32%</b>

**XX%** : significativement > acheteurs au global  
**XX%** : significativement < acheteurs au global  
**+** : significativement > 2012

### Panier moyen

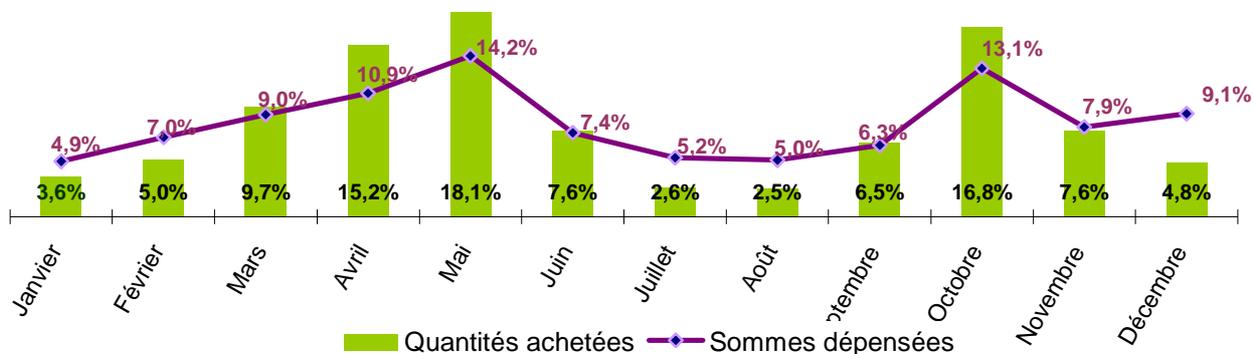
Le panier moyen en Grande distribution est stable depuis 3 ans : sa progression se fait donc essentiellement en recrutant des acheteurs pour le circuit.

	Exploitation horticole			Jardinier spécialisée		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Nombre moyen 	15,2	<b>14,7</b>	<b>14,0</b> -0,7	13,6	<b>13,0</b>	<b>13,8</b> +0,8
Somme moyenne 	63,5€	<b>58,7€</b>	<b>56,0€</b> -2,7	56,0€	<b>58,4€</b>	<b>56,5€</b> -1,9
	Prix moyen autours de 4,0€			Prix moyen autours de 4,5€		
	Grande Distribution			Fleuriste		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Nombre moyen 	10,4	<b>10,4</b>	<b>10,3</b> -0,1	4,4	<b>4,2</b>	<b>4,1</b> -0,1
Somme moyenne 	32,5€	<b>32,5€</b>	<b>32,5€</b> =	77,6€	<b>75,6€</b>	<b>77,9€</b> +2,3
	Prix moyen autours de 3,0€			Prix moyen autours de 18,0€		

## Saisonnalité des achats

En 2013, le premier semestre a rassemblé 59 % des quantités achetées (43 % sur les mois de mars à mai) et 53 % des sommes dépensées (34 % sur les mois de mars à mai).

### Calendrier d'achat (tous types de végétaux confondus)



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

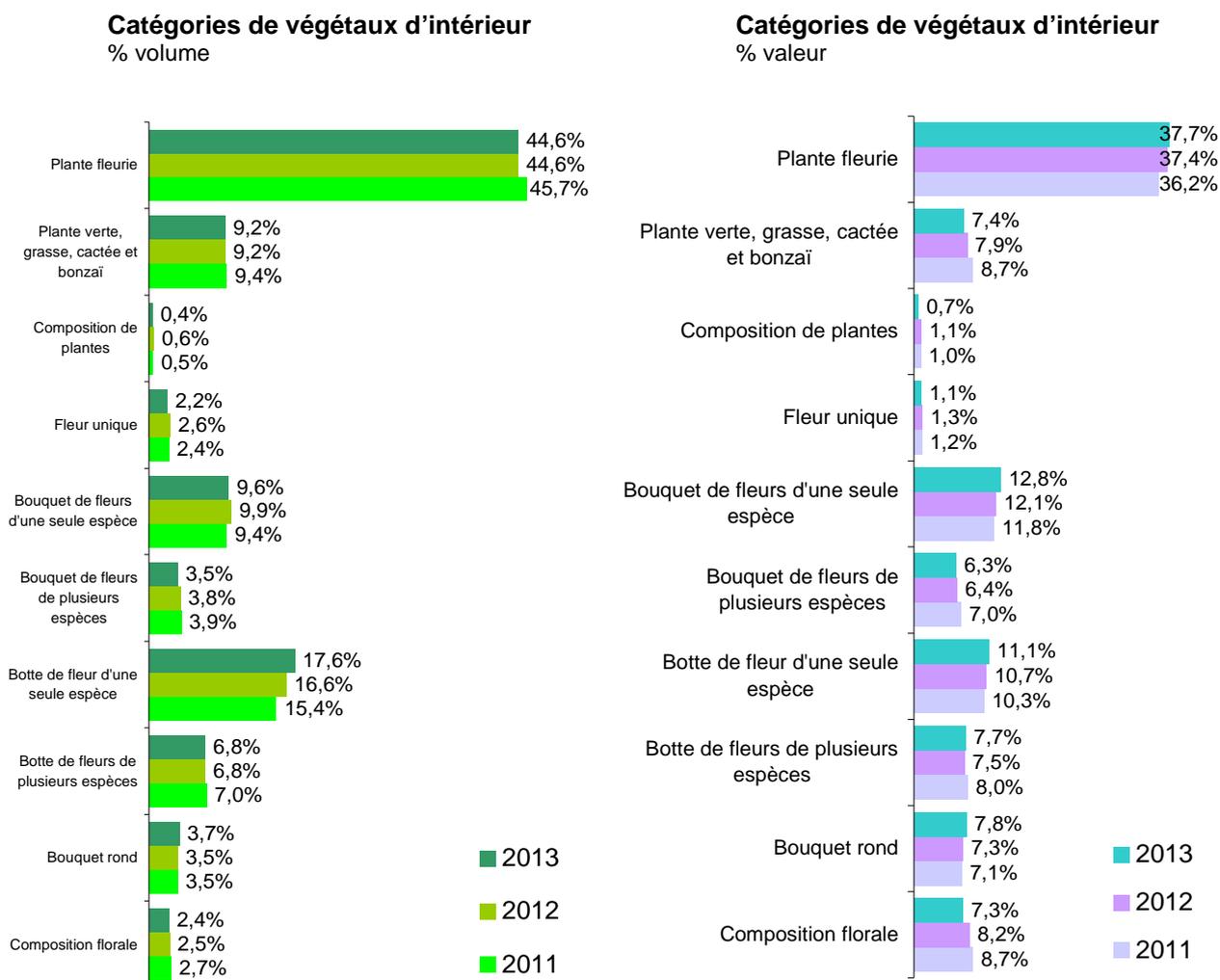
Les achats de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté en 2013 un montant global de 1,43 milliard d'euros. Ce marché affiche une progression de 0,2 % en volume et 0,8 % en valeur par rapport à 2012.

### Catégories de végétaux d'intérieur achetés

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2013 vs 2012 en %	Sommes dépensées extrapolées (en milliers d'euros)	Evolution 2013 vs 2012 en %
<b>Plantes en pot</b>	<b>63 872</b>	<b>- 0,2 %</b>	<b>657 856</b>	<b>- 0,4 %</b>
Plante fleurie	52 503	0,1 %	540 493	1,7 %
Plante verte, grasse et cactées	10 519	2,1 %	96 904	- 3,4 %
Bonzaï	389	- 29,0 %	10 275	- 18,1 %
Composition de plantes	460	- 32,7 %	10 184	- 37,4 %
<b>Fleurs coupées</b>	<b>46 751</b>	<b>0,3 %</b>	<b>558 644</b>	<b>3,4 %</b>
<b>Fleurs coupées achetées à la pièce</b>	<b>17 984</b>	<b>- 5,7 %</b>	<b>288 654</b>	<b>2,6 %</b>
Fleur unique	2 607	- 14,3 %	15 179	- 16,1 %
Bouquet de fleurs d'une seule espèce	11 285	- 2,8 %	183 440	6,5 %
Bouquet de fleurs de plusieurs espèces	4 093	- 7,3 %	90 035	- 1,0 %
<b>Bottes déjà préparées</b>	<b>28 767</b>	<b>4,5 %</b>	<b>269 990</b>	<b>4,3 %</b>
Botte de fleur d'une seule espèce	20 716	5,8 %	159 040	4,5 %
Botte de fleurs de plusieurs espèces	8 051	1,3 %	110 950	4,1 %
<b>Présentations florales</b>	<b>7 200</b>	<b>2,2 %</b>	<b>216 259</b>	<b>- 1,7 %</b>
Bouquet rond	4 372	6,6 %	111 638	8,0 %
Composition florale	2 828	- 3,8 %	104 621	- 10,3 %
<b>Total</b>	<b>117 822</b>	<b>0,2 %</b>	<b>1 432 759</b>	<b>0,8 %</b>

## Répartition et évolution des catégories de végétaux achetés

En volume, les plantes fleuries restent dominantes, mais leur part de marché baisse au profit des bottes de fleurs d'une seule espèce. La tendance est la même en valeur mais plus atténuée.



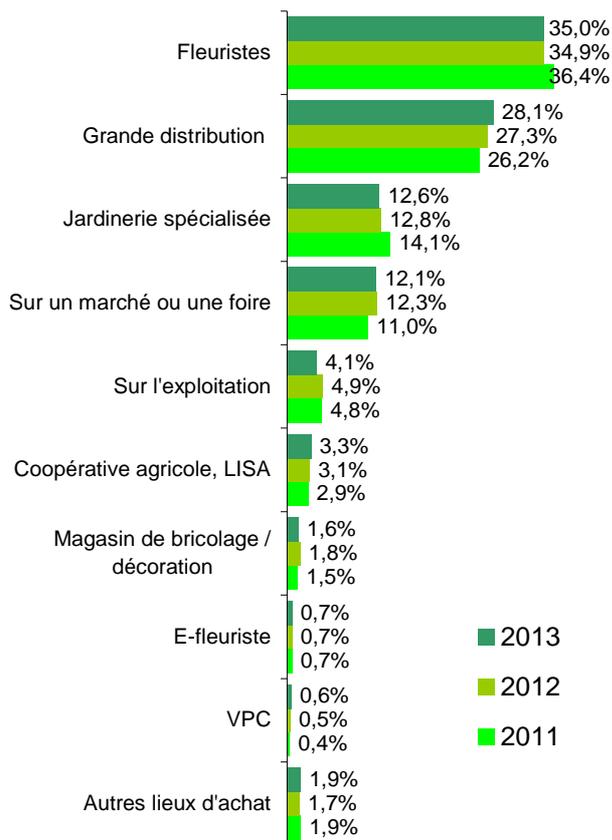
## Lieux d'achat

La part de marché des fleuristes, qui représente en valeur 53 % des achats de végétaux d'intérieur, est en hausse. Cette progression est due à l'augmentation de la part de marché des achats chez les fleuristes appartenant à une chaîne (+ 1,2 point en valeur, stable en volume) puisque la part de marché des achats chez les fleuristes traditionnelles a tendance à reculer (- 1,3 point en volume, - 0,2 % en valeur).

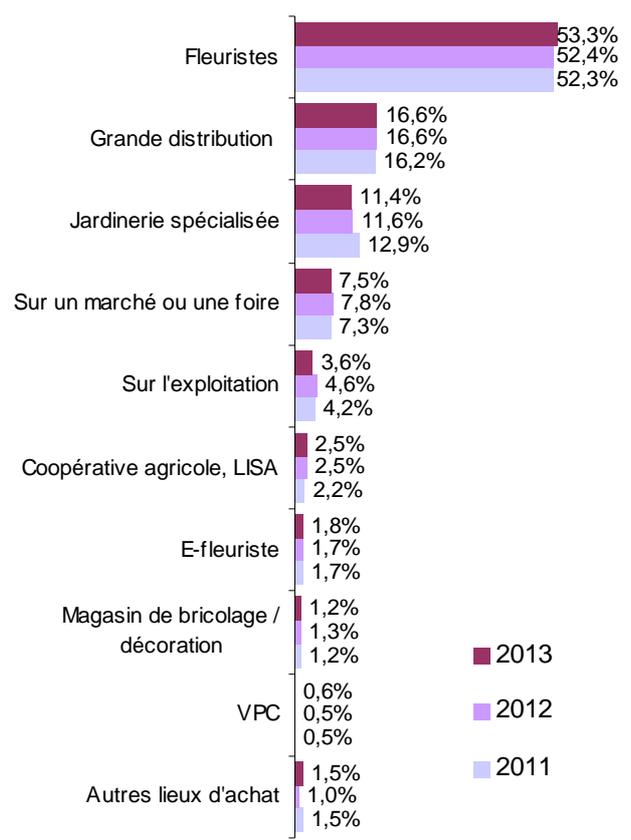
La grande distribution est le deuxième circuit d'achat avec 17 % des sommes dépensées, et 28 % des volumes. Entre 2011 et 2013, la grande distribution gagne des parts de marché (+ 1,9 point en volume et + 0,4 point en valeur).

La jardinerie spécialisée, troisième circuit d'achat, perd des parts de marché. Cette perte, sensible entre 2011 et 2012 semble se stabiliser entre 2012 et 2013.

**Répartition des achats de végétaux d'intérieur selon les lieux d'achat**  
% volume



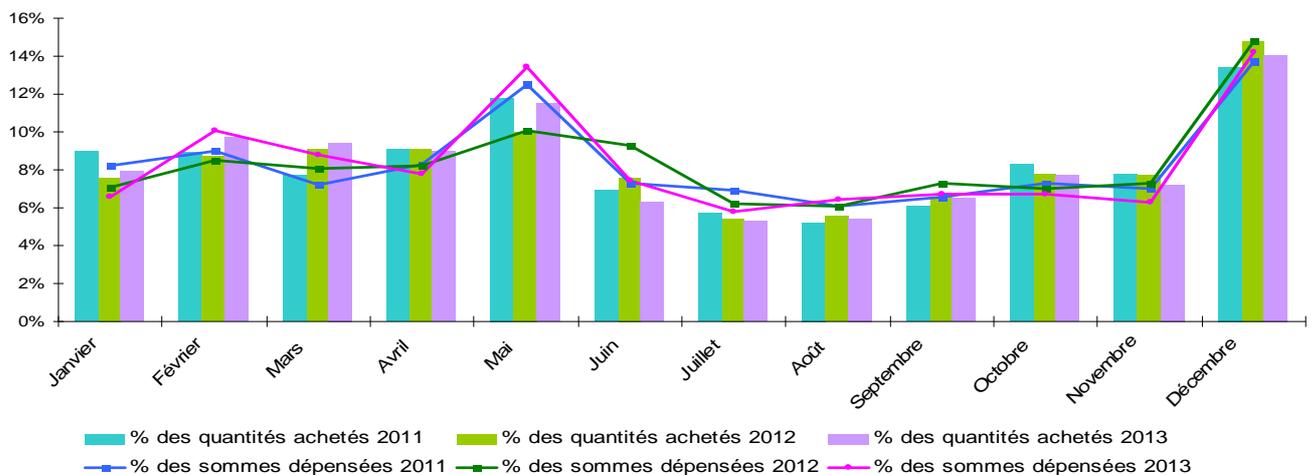
**Répartition des achats de végétaux d'intérieur selon les lieux d'achat**  
% valeur



### Modes d'achat

98 % des quantités achetées et 95 % des sommes dépensées sont générées sur le lieu de vente, les achats par Internet progressent très légèrement en volume et en valeur.

### Saisonnalité



Le calendrier des achats est traditionnellement marqué par les fêtes calendaires. En 2013, la Saint Valentin (14 février) et la fête des mères (26 mai) ont été profitable au marché des végétaux d'intérieur.

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

L'achat en tant que « cadeau » progresse en 2013 et représente près de 75 % des dépenses.

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



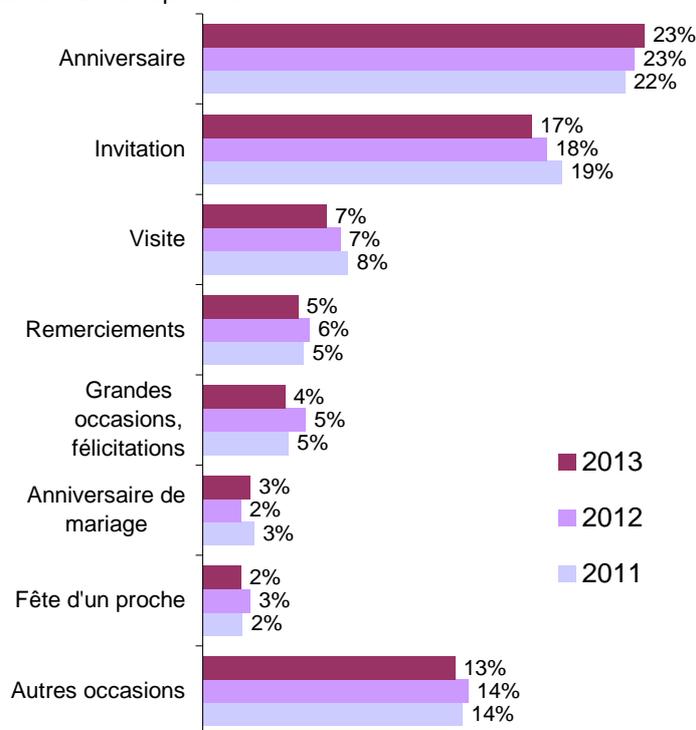
### Les différentes occasions d'achat pour offrir

En sommes dépensées, les fêtes calendaires représentent 26 % des achats pour offrir contre 74 % pour les occasions « personnelles » (respectivement 27 % et 73 % en volume).

Les principales occasions d'achat en valeur et en volume pour offrir dans une année sont les anniversaires, les invitations et les fêtes de fin d'année.

### Répartition des occasions d'offrir « personnelles »

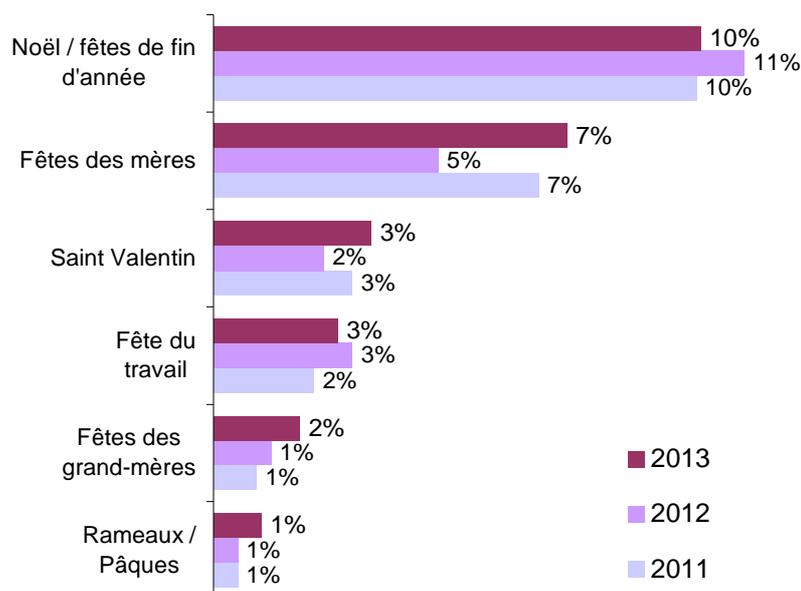
% des sommes dépensées



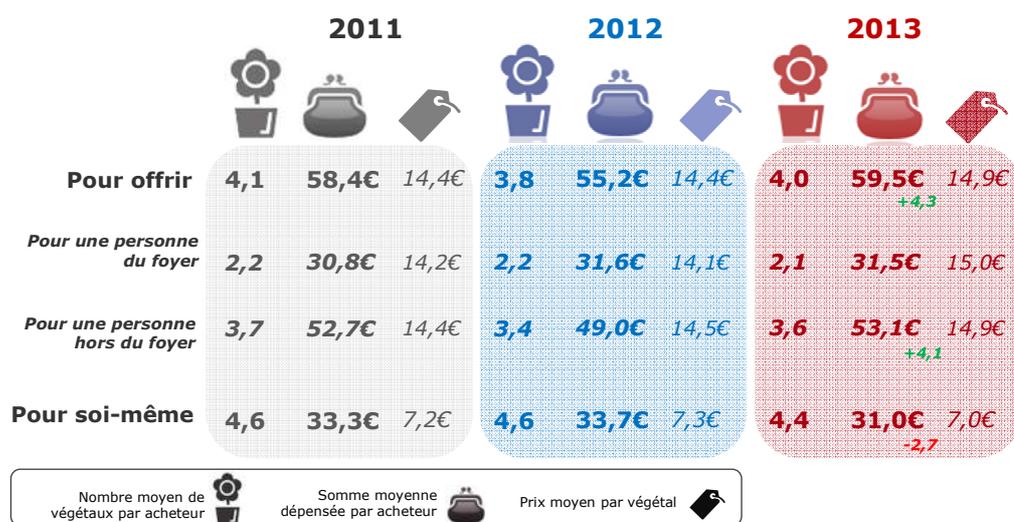
En 2013, on note une hausse marquée de la part de marché des fêtes de calendaires qui a progressé de 3 points en valeur par rapport à 2012. Aussi, la Saint Valentin et la fête des mères ont été plus profitables au marché des végétaux d'intérieur contrairement au 1<sup>er</sup> mai et aux fêtes de fin d'année.

## Répartition des occasions d'offrir « fêtes calendaires »

% des sommes dépensées



## Panier moyen par destination



Base : ménages acheteurs

Le panier moyen des achats « pour soi-même » diminue alors que pour offrir à une personne hors du foyer, les acheteurs consacrent un budget plus important.

On note, par ailleurs, une différence notable du panier moyen entre les deux motifs : le budget est plus important pour les occasions personnelles que pour les fêtes calendaires.

## Profils d'acheteurs

	Référence Nationale 7000	Acheteurs de végétaux 5462	VI 4444
Moins de 35 ans	17%	16%	16%
35-49 ans	26%	25%	25%
50-64 ans	28%	29%	29%
65 ans et plus	29%	<b>31%</b>	30%
PCS+	32%	33%	<b>34%</b>
PCS-	27%	<b>25%</b>	<b>25%</b>
Inactif	41%	<b>43%</b>	42%
Moins de 1500€	22%	<b>19%</b>	<b>18%</b>
1501 à moins de 3000€	49%	49%	49%
3001€ et plus	29%	<b>32%</b>	<b>34%</b>
1 personne	35%	<b>31%</b>	<b>30%</b>
2 personnes	33%	<b>36%</b>	<b>37%</b>
3 personnes	14%	15%	14%
4 personnes et plus	18%	18%	18%
Maison	61%	<b>64%</b>	<b>63%</b>
Appartement et autres	39%	<b>36%</b>	<b>37%</b>

**XX%** : significativement > référence nationale  
**XX%** : significativement < référence nationale

Un profil stable des acheteurs de végétaux d'intérieur : des PCS+ (profession et catégorie socioprofessionnel +), en couple, en maison individuelle et aux revenus confortables.

## Détail par catégorie de végétaux d'intérieur

### Les plantes fleuries en pot

En 2013, les foyers français ont acheté 52,5 millions de pots de plantes fleuries pour la maison ou pour offrir pour un montant global de dépenses de 540,5 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une stabilité des ventes en volume et une hausse de 1,7 % en valeur.

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

Top 3 en volume :

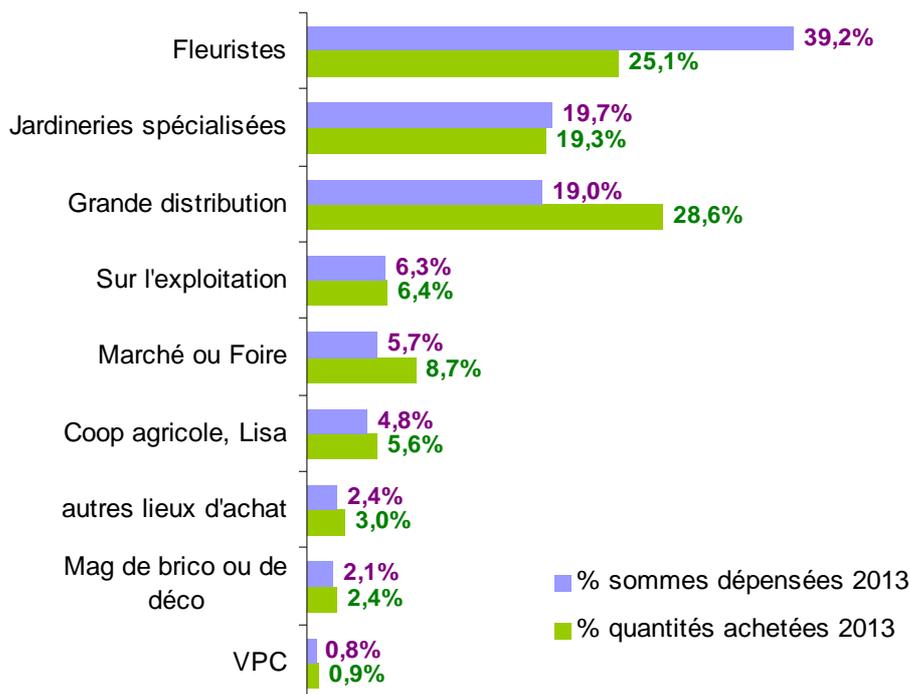
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 28,6 %
- les fleuristes : 25,1 %
- les jardinerie spécialisées : 19,3 %

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 39,2%
- les jardinerie spécialisées : 19,7 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 19%

## Lieux d'achat des plantes fleuries

en %



## Destination des achats des plantes fleuries en pot

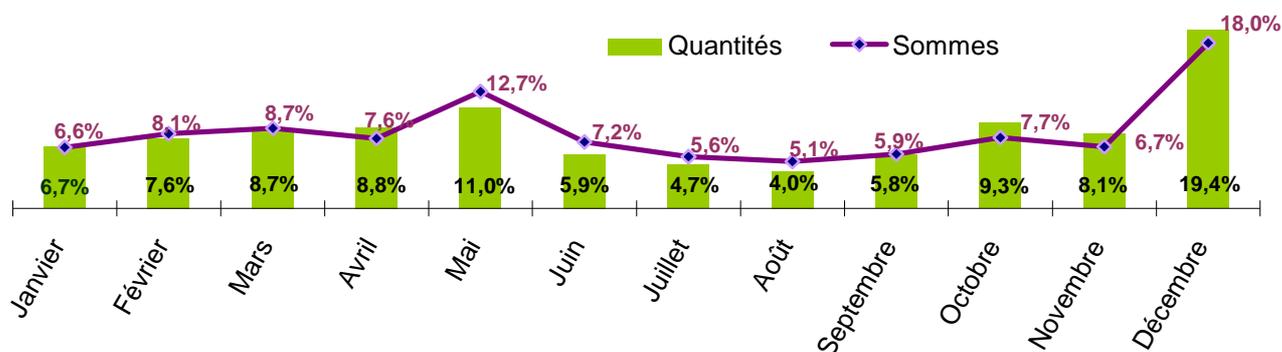
L'achat pour offrir est dominant avec plus de la moitié des achats et près de trois quart des dépenses. Les principales occasions d'achats sont en valeur un anniversaire (20%), une invitation (19%) et les fêtes de Noël et de fin d'année (15%).

	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	<b>43 %</b>	<b>29 %</b>
<b>Pour offrir</b>	<b>57 %</b>	<b>71 %</b>
Pour offrir à une personne du foyer	10 %	12 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	47 %	59 %

## Calendrier d'achat des plantes fleuries en pot

En 2013, les deux pics d'achat ont eu lieu en mai et décembre avec respectivement 12,7% et 18 % des sommes dépensées.

## Saisonnalité des achats



## Les espèces de plantes fleuries en pot achetées

Les orchidées et les jacinthes sont les espèces les plus achetées mais aussi celles qui progressent le plus en 2013.

	Nombre de pots achetés (en %)			Sommes dépensées (en %)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Orchidée	18,3 %	17,5 %	20,1 %	31,7 %	29,9 %	31,9 %
Jacinthe	13,1 %	13,1 %	14,4 %	7,6 %	7,6 %	8,5 %
Azalée	6,1 %	5,4 %	5,8 %	7,3 %	7,1 %	7,2 %
Cyclamen	8,1 %	7,9 %	7,2 %	6,2 %	6,4 %	5,5 %
Mini Rosier	3,8 %	3,7 %	3,9 %	3,9 %	3,7 %	4,0 %
Bégonia	5,6 %	4,5 %	3,7 %	4,4 %	4,5 %	3,9 %
Anthurium	2,3 %	2,4 %	2,2 %	3,3 %	3,7 %	3,6 %
Muguet en pot	3,8 %	5,1 %	4,2 %	3,1 %	4,1 %	3,6 %
Kalanchoé	4,7 %	4,0 %	4,6 %	3,6 %	3,4 %	3,4 %
Chrysanthème	4,2 %	3,0 %	3,6 %	3,4 %	2,4 %	2,6 %
Poinsettia	2,7 %	3,4 %	2,8 %	2,5 %	3,0 %	2,4 %
Hibiscus	1,4 %	1,2 %	1,3 %	1,6 %	1,6 %	2,3 %
Hortensia	1,6 %	1,7 %	1,4 %	2,4 %	2,7 %	2,3 %
Dipladenia	1,8 %	2,3 %	1,8 %	2,1 %	2,1 %	2,0 %
Lys	2,0 %	1,9 %	1,6 %	2,4 %	2,6 %	2,0 %
Broméliacées (bilbergia, guzmania, vriesea)	1,3 %	1,0 %	1,4 %	1,6 %	1,2 %	1,7 %
Primevère	3,6 %	3,1 %	2,4 %	1,7 %	1,6 %	1,4 %
Bruyère	1,2 %	1,1 %	1,4 %	0,9 %	1,0 %	1,0 %
Spatiphyllum	0,9 %	1,1 %	0,8 %	1,2 %	1,2 %	1,0 %
Gerbera en pot	0,6 %	0,9 %	0,9 %	0,5 %	0,6 %	0,8 %
Impatiens de Nouvelle Guinée	1,3 %	1,6 %	1,2 %	0,9 %	1,2 %	0,7 %
Jasmin			0,5 %			0,7 %
Campanule	0,4 %	0,6 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,2 %
Cinénaire	0,2 %	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %
Véronique	0,3 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,2 %
Autres plantes fleuries	10,7 %	13,0 %	11,9 %	6,6 %	7,5 %	6,9 %
<b>Total Plantes fleuries</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

## Plantes vertes en pot

En 2013, les foyers français ont acheté 10,4 millions de plantes vertes en pot pour la maison ou pour offrir pour un montant global de dépenses de 96,4 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une hausse des ventes en volume (2,9 %) mais une baisse des valeurs (- 3,2 %).

## Lieux d'achat des plantes vertes en pot

Top 3 en volume :

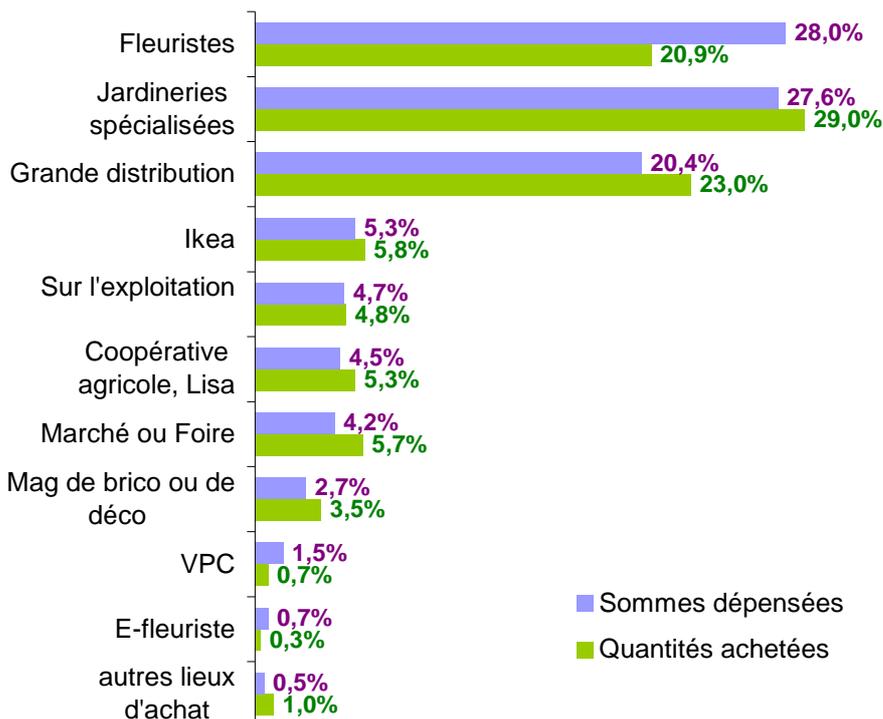
- les jardinerie spécialisées : 29 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 23 %
- les fleuristes : 20,9 %

Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 28 %
- les jardinerie spécialisées : 27,6 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 20,4 %

## Lieux d'achat des plantes vertes en pot

en %



## Destination des achats des plantes vertes en pot

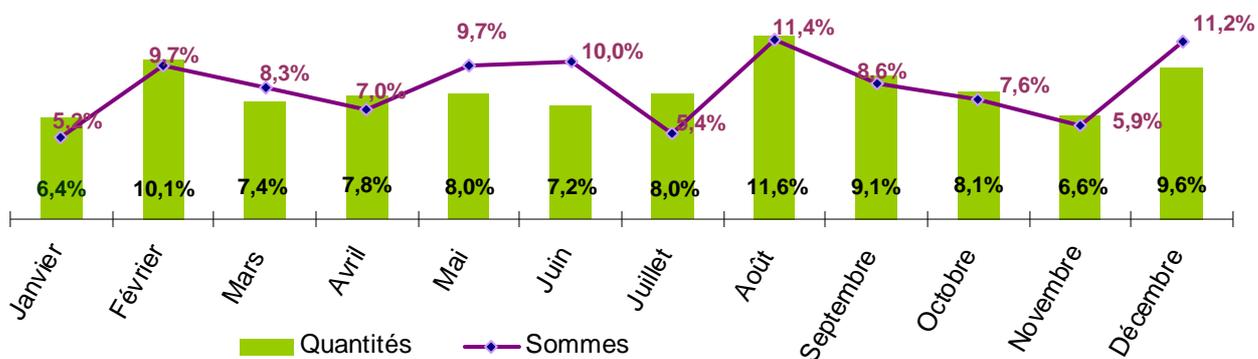
L'achat pour soi-même est dominant avec plus des deux tiers des achats en volume et 56 % des dépenses. Les principales occasions d'achats pour offrir en valeur sont l'invitation (24 %) et l'anniversaire (20 %).

	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	<b>70 %</b>	<b>56 %</b>
<b>Pour offrir</b>	<b>30 %</b>	<b>44 %</b>
Pour offrir à une personne du foyer	5 %	7 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	25 %	37 %

## Calendrier d'achat des plantes vertes en pot

Le calendrier d'achat est plus homogène que pour les plantes fleuries avec un volume d'achat plus important au mois d'août.

## Saisonnalité des achats



## Les espèces de plantes vertes en pot achetées

	Nombre de pots achetés (en %)		
	2011	2012	2013
Ficus (Benjamina, Robusta, caoutchouc...)	11,7 %	10,3 %	9,3 %
Yucca	4,7 %	5,1 %	4,1 %
Lierre	10,4 %	8,0 %	8,8 %
Palmier d'intérieur (Areca, Kentia,...)	4,5 %	5,3 %	4,0 %
Fougère	5,6 %	5,4 %	5,6 %
Dracena	4,0 %	3,5 %	3,5 %
Chlorophytum	2,2 %	1,6 %	2,7 %
Sansevieria	0,8 %	1,2 %	1,3 %
Dieffenbachia	1,0 %	1,3 %	0,8 %

## Les fleurs coupées achetées à la pièce

En 2013, les achats de fleurs coupées achetées à la pièce pour la maison ou pour offrir, ont représenté 288,7 millions d'euros en hausse de 2,6 % par rapport à 2012.

- 2,6 millions de fleurs uniques (- 14 % /2012) pour 15,2 millions d'euros (- 16 %) ;
- 11,3 millions de bouquets de fleurs coupées d'une seule espèce (- 3 % /2012) pour 183,4 millions d'euros (+ 7 %) ;
- 4,1 millions de bouquets de fleurs coupées de plusieurs espèces (- 7 % /2012) pour 90 millions d'euros (- 1 %)

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

Top 3 en volume :

- les fleuristes : 62,9 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 11,9 %
- les marchés ou foires 16,8 %

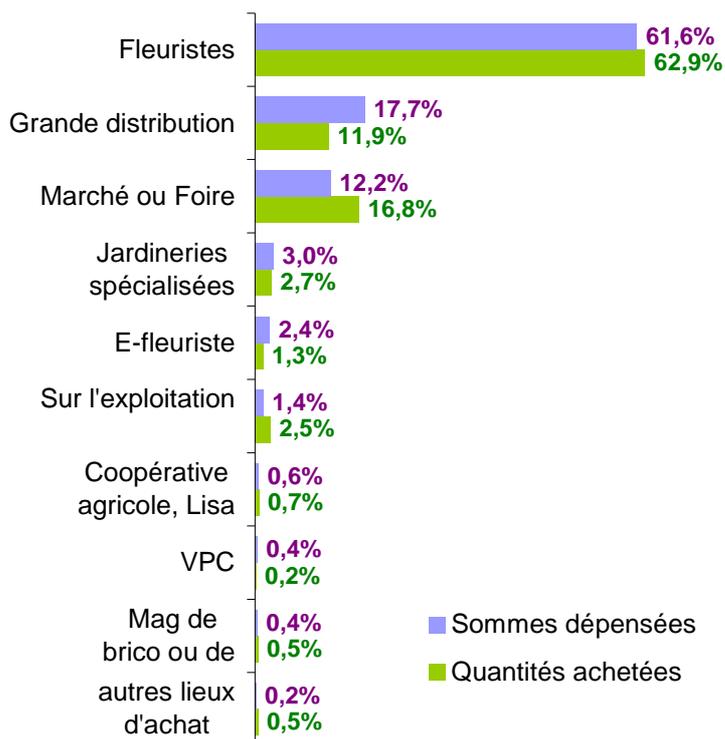
Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 61,6 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 17,7 %
- les jardinerie spécialisées : 12,2 %

Les fleuristes restent le principal lieu d'achat de fleurs coupées achetées à la pièce. Les volumes achetés chez les fleuristes traditionnelles s'élèvent à 46 % pour 45 % des sommes dépensées. Les achats chez les fleuristes appartenant à une chaîne représentent 17 % des volumes et 16 % des sommes dépensées.

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

en %



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

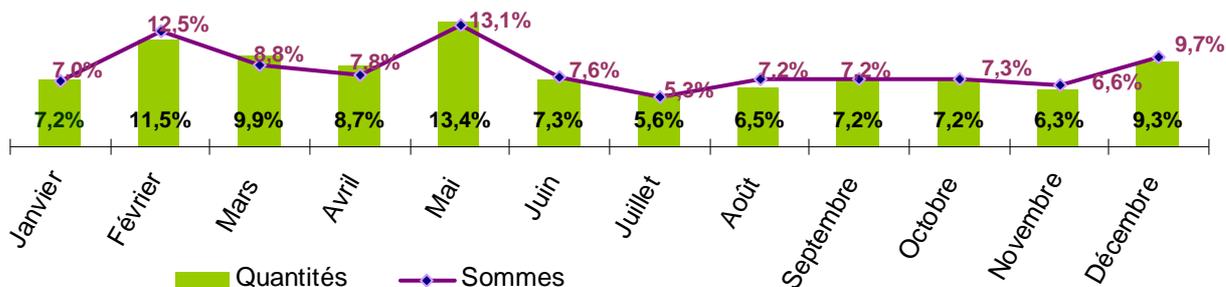
L'achat pour offrir est très largement dominant et l'anniversaire en est la principale occasion.

	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	<b>29 %</b>	<b>21 %</b>
<b>Pour offrir</b>	<b>71 %</b>	<b>79 %</b>
Pour offrir à une personne du foyer	20 %	25 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	51 %	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.

### Saisonnalité des achats



## Les espèces de fleurs coupées achetées à la pièce

	Quantités achetées (en %)			Sommes dépensées (en %)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Rose	58,6 %	57,2 %	58,6 %	64,3 %	64,4 %	66,4 %
Lys	10,5 %	12,1 %	11,6 %	13,5 %	15,0 %	13,8 %
Gerbera	6,6 %	5,4 %	6,8 %	7,5 %	6,0 %	7,8 %
Tulipe	7,1 %	7,0 %	7,4 %	5,7 %	5,6 %	4,9 %
Œillet	3,8 %	4,3 %	4,3 %	3,2 %	3,2 %	3,8 %
Pivoine	2,7 %	2,4 %	2,6 %	3,1 %	2,9 %	3,7 %
Freesia	2,6 %	1,8 %	1,8 %	3,1 %	1,9 %	2,3 %
Marguerite	2,5 %	3,2 %	2,2 %	3,0 %	3,4 %	2,1 %
Amaryllis	2,5 %	2,4 %	1,8 %	2,7 %	2,6 %	1,9 %
Arum / Calla	1,1 %	0,9 %	1,1 %	1,3 %	1,2 %	1,8 %
Renoncule	1,1 %	1,2 %	1,7 %	1,1 %	1,2 %	1,8 %
Glaïeul	2,0 %	2,5 %	2,3 %	2,1 %	1,8 %	1,7 %
Muguet	2,6 %	3,5 %	3,0 %	1,5 %	1,9 %	1,6 %
Alstroemeria	0,9 %	1,2 %	0,9 %	1,1 %	1,1 %	1,0 %
Iris	1,2 %	1,1 %	1,0 %	1,4 %	1,4 %	1,0 %
Narcisse, Jonquille	1,0 %	0,7 %	1,2 %	0,7 %	0,3 %	1,0 %
Anémone	1,2 %	1,7 %	1,1 %	1,2 %	1,4 %	0,9 %
Chrysanthème	1,1 %	1,4 %	1,5 %	1,1 %	1,2 %	0,9 %
Lysianthus	1,0 %	1,0 %	0,8 %	1,0 %	1,3 %	0,9 %
Mimosa	1,5 %	0,8 %	1,0 %	1,3 %	0,7 %	0,9 %
Dahlia	0,7 %	0,4 %	0,7 %	0,9 %	0,2 %	0,8 %
Muflier	0,3 %	0,4 %	0,3 %	0,3 %	0,5 %	0,4 %
Fleurs exotiques	5,1 %	4,5 %	4,0 %	6,3 %	6,4 %	4,5 %
dont Anthurium	1,0 %	0,8 %	0,7 %	1,5 %	1,4 %	1,1 %
dont Orchidée	3,3 %	2,9 %	2,9 %	3,6 %	4,1 %	2,8 %

## Les bottes de fleurs déjà préparées

En 2013, les achats de fleurs des bottes de fleurs déjà préparées pour la maison ou pour offrir, ont représentés 270 millions d'euros en hausse de 4,3 % par rapport à 2012.

- 20,7 millions de bottes de fleurs d'une seule espèce (+ 5,8 % /2012) pour 159 millions d'euros (+ 4,5 %) ;
- 8,1 millions de bottes de fleurs de plusieurs espèces (+ 1,3 % /2012) pour 110,9 millions d'euros (+ 4,1 %) ;

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

Top 3 en volume :

- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 44 %
- les fleuristes : 30,8 %
- les marchés ou foires 20,2 %

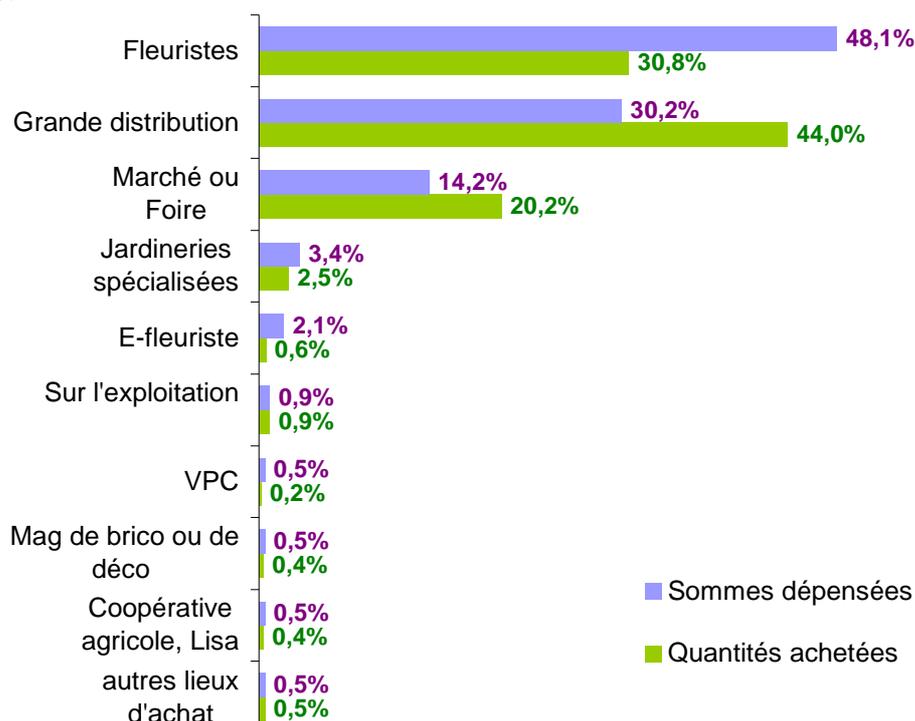
Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 48,1 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 30,2 %
- les marchés ou foires: 14,2 %

La grande distribution est le principal lieu d'achat en volume des bottes de fleurs déjà préparées toutefois l'essentiel des dépenses se réalise chez les fleuristes. Les achats chez les fleuristes traditionnelles s'élèvent à 19 % des volumes pour 33 % pour des valeurs alors que les achats chez fleuristes appartenant à une chaîne enregistrent 12 % des volumes pour 15 % des valeurs.

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

en %



## Destination des achats des bottes de fleurs déjà préparées

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

	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>	53 %	38 %	20 %	15 %
<b>Pour offrir</b>	48 %	62 %	80 %	85 %
Pour offrir à une personne du foyer	13 %	16 %	17 %	20 %
Pour offrir à une personne hors du foyer	35 %	46 %	63 %	65 %

## 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, 64 % des quantités de janvier à juin pour 61 % des sommes dépensées.

## Saisonnalité des achats



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

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

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

En 2013, les achats de présentations florales pour la maison ou pour offrir, ont représenté 216,3 millions d'euros en baisse de 1,7 % par rapport à 2012.

- 4,4 millions de bouquets ronds (+ 6,6 % /2012) pour 111,6 millions d'euros (+ 8 %) ;
- 2,9 millions de compositions florales (- 3,8 % /2012) pour 104,6 millions d'euros (-10,3 %) ;

## Lieux d'achat des présentations florales

Top 3 en volume :

- les fleuristes : 74,7 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 11,1%
- les jardinerie spécialisées 4,8 %

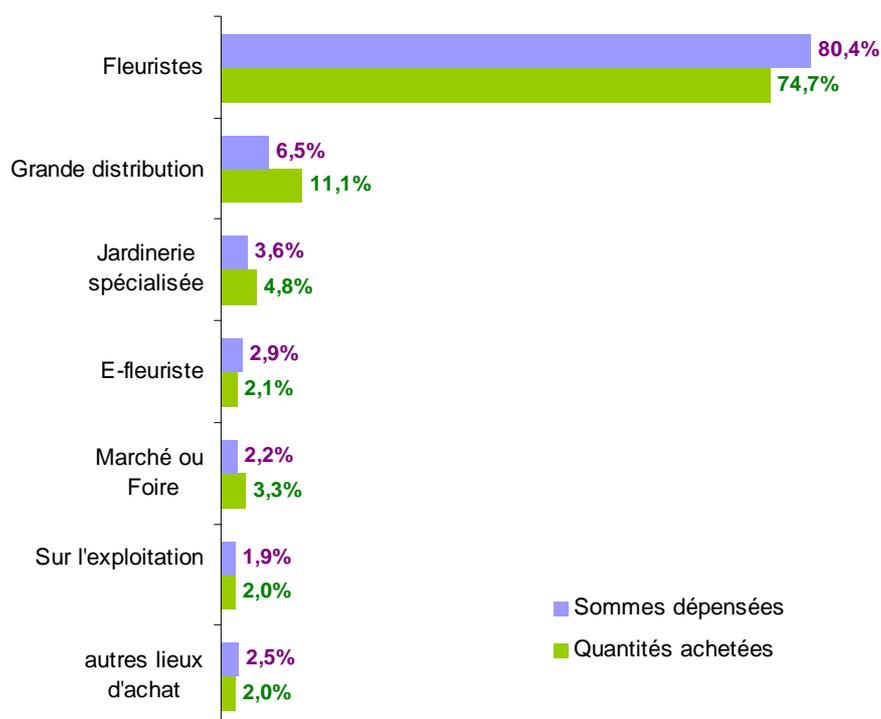
Top 3 en valeur :

- les fleuristes : 80,4 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 6,5 %
- les jardinerie spécialisées 3,6 %

Les fleuristes dominent très largement tant en volume qu'en valeur avec près de 75 % des volumes et plus de 80 % des valeurs.

## **Lieux d'achat des présentations florales**

en %



## Destination des achats de présentations florales

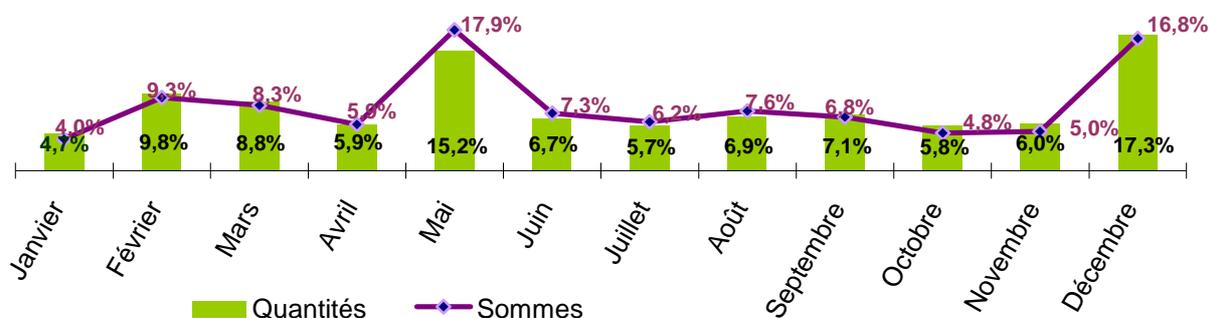
Plus de neuf achats sur dix de présentations florales sont destinés à être offerts dont près de huit à une personne hors du foyer.

	Bouquets ronds		Compositions florales	
	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)	Quantités achetées (en %)	Sommes dépensées (en %)
<b>Pour soi-même</b>	9 %	6 %	6 %	7 %
<b>Pour offrir</b>	91 %	94 %	95 %	93 %
Pour offrir à une personne du foyer	17 %	17 %	15 %	17%
Pour offrir à une personne hors du foyer	75 %	78 %	79 %	77 %

## Calendrier d'achat des présentations florales

Les deux principaux pics d'achat ont lieu en mai et décembre 2013. Les dépenses pour des présentations florales sont particulièrement effectuées aux anniversaires (25 %), aux invitations (13 %), aux grandes occasions ou félicitations (12 %) 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

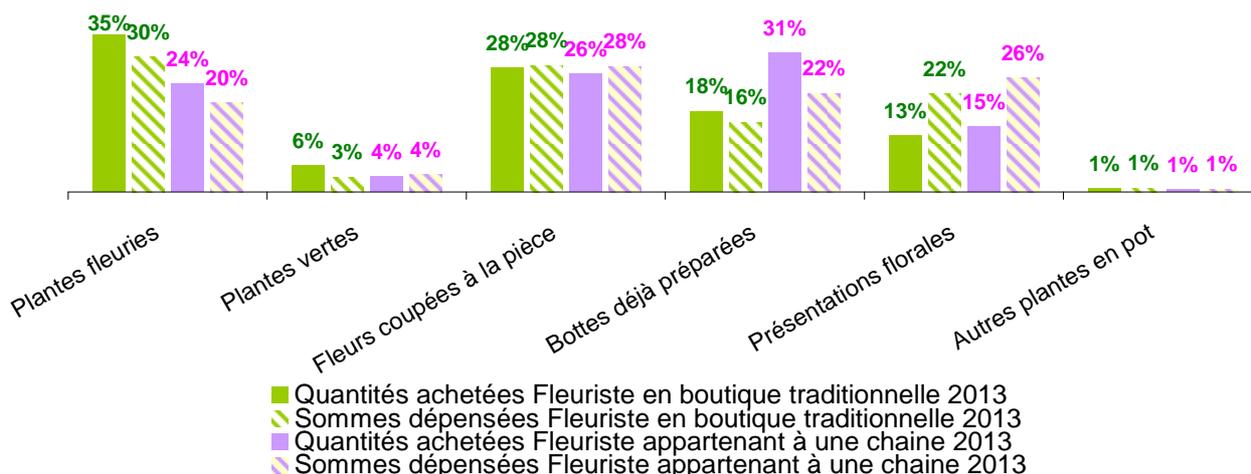
#### Fleuristes

En 2013, les achats chez les fleuristes de végétaux ont représenté 35 % des volumes et 53,3 % des valeurs soit 759,3 millions d'euros en hausse de 2,7 % par rapport à 2012.

- 25,4 % des volumes sont achetés chez les fleuristes en boutique traditionnelle (- 0,5 pt / 2012) et 40,5 % des sommes dépensées soit 577 millions d'euros (+0,4 % / 2012)
- 9,5 % des volumes sont achetés chez les fleuristes appartenant à une chaîne (+0,5 pt / 2012) et 12,8 % des sommes dépensées soit 182,3 millions d'euros (+ 10,9 % / 2012)

#### Les catégories de végétaux

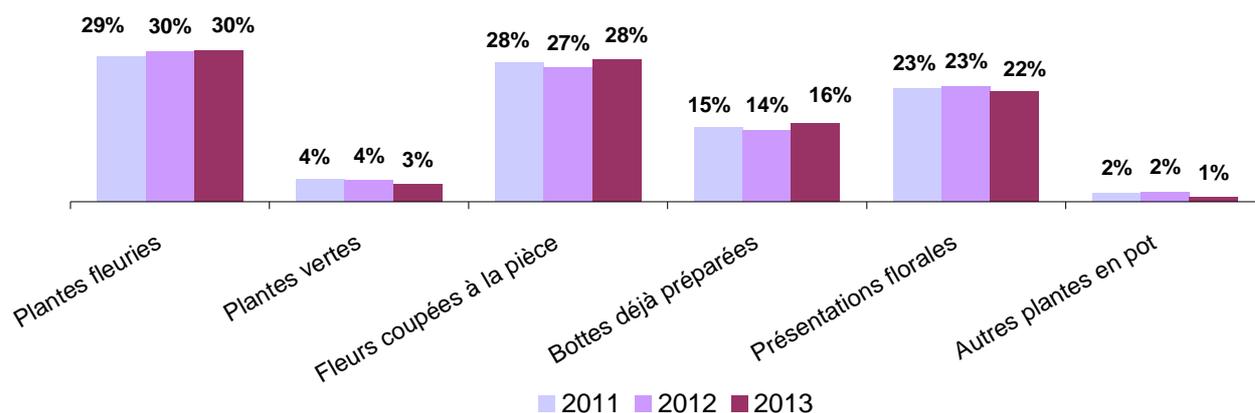
#### Les catégories achetées chez les fleuristes



Si davantage de dépenses en plantes fleuries sont réalisées chez les fleuristes traditionnels, les achats de bottes déjà préparées sont plus présents chez les fleuristes appartenant à une chaîne (dont 10 % de bottes d'une seule espèce).

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

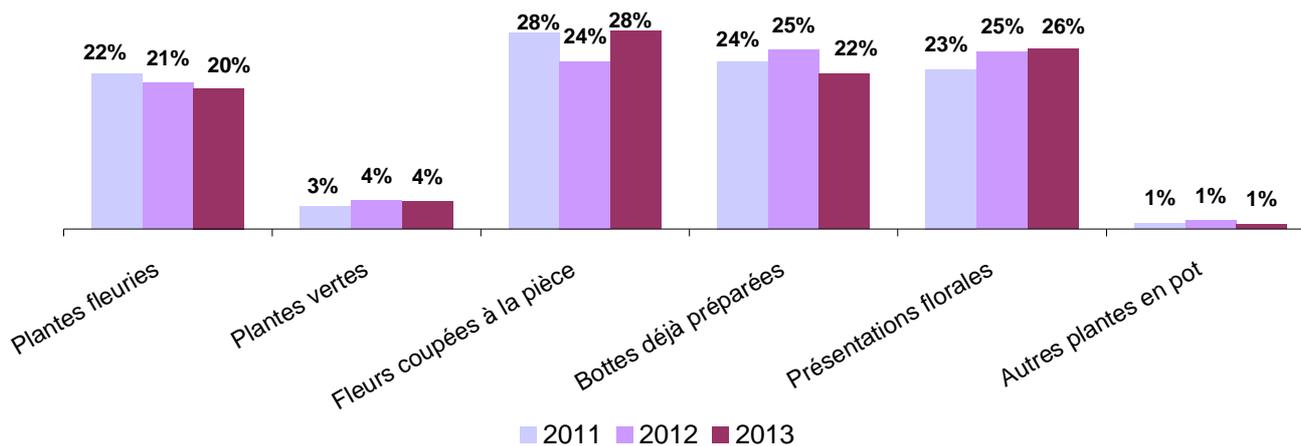
% des sommes dépensées



On note peu d'évolution entre 2011 et 2013 dans la répartition des achats par type de produit chez les fleuristes en boutique traditionnelle.

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

% des sommes dépensées

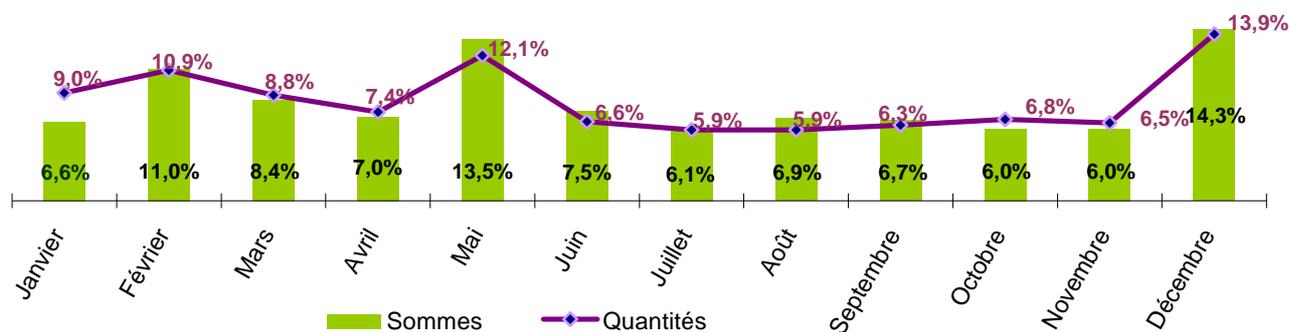


Entre 2011 et 2013, les parts de marché en valeur des plantes fleuries et les bottes déjà préparées ont perdu 2 points et les présentations florales en ont gagnées 3 points.

## Calendrier d'achat chez les fleuristes

Ce sont les achats du mois de décembre qui prédomine en 2013 tant en volume et qu'en valeur.

### Saisonnalité des achats



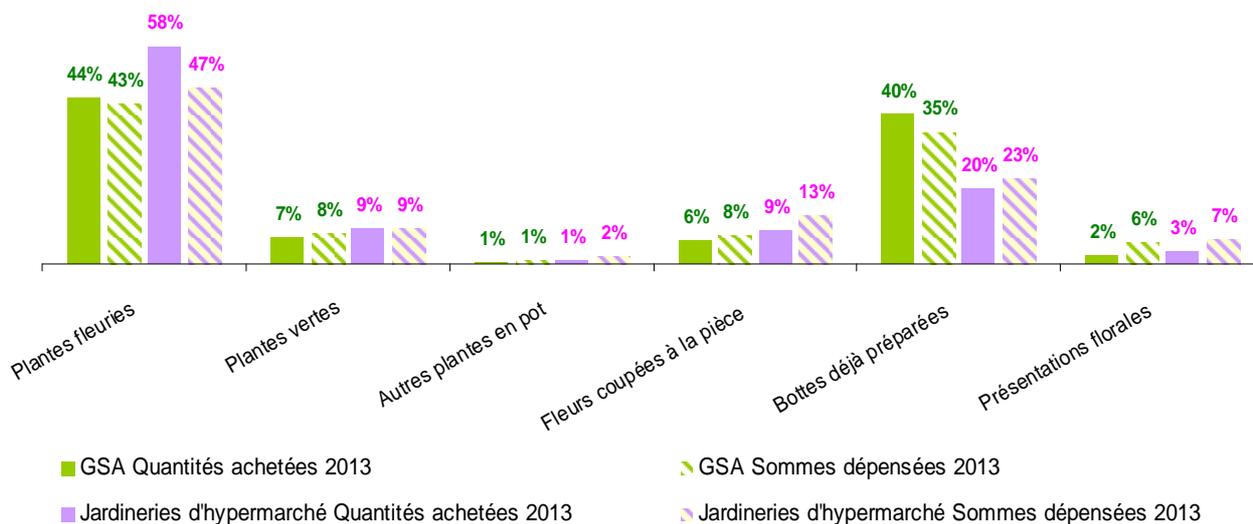
### Grande distribution (grandes surfaces alimentaires et les jardinerie d'hypermarché)

En 2013, les achats en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) de végétaux d'intérieur ont représenté 28,1 % des volumes et 16,6 % des valeurs soit 236,4 millions d'euros en hausse de 1 % par rapport à 2012

- 25,6 % des volumes achetés en grande surface alimentaire (+1,1 pt/2012) et 14,5 % des sommes dépensées soit 206,4 millions d'euros (+ 1 pt/2012)
- 2,5 % des volumes achetés en jardinerie d'hypermarché (-0,3 pt/2012) et 2,1 % des sommes dépensées soit 30 millions d'euros (+ 0,8 %)

### Les catégories de végétaux

#### Les catégories achetées en grande distribution



Les plantes fleuries et les bottes de fleurs déjà préparées représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur en grande distribution.

### Calendrier d'achat en grande distribution

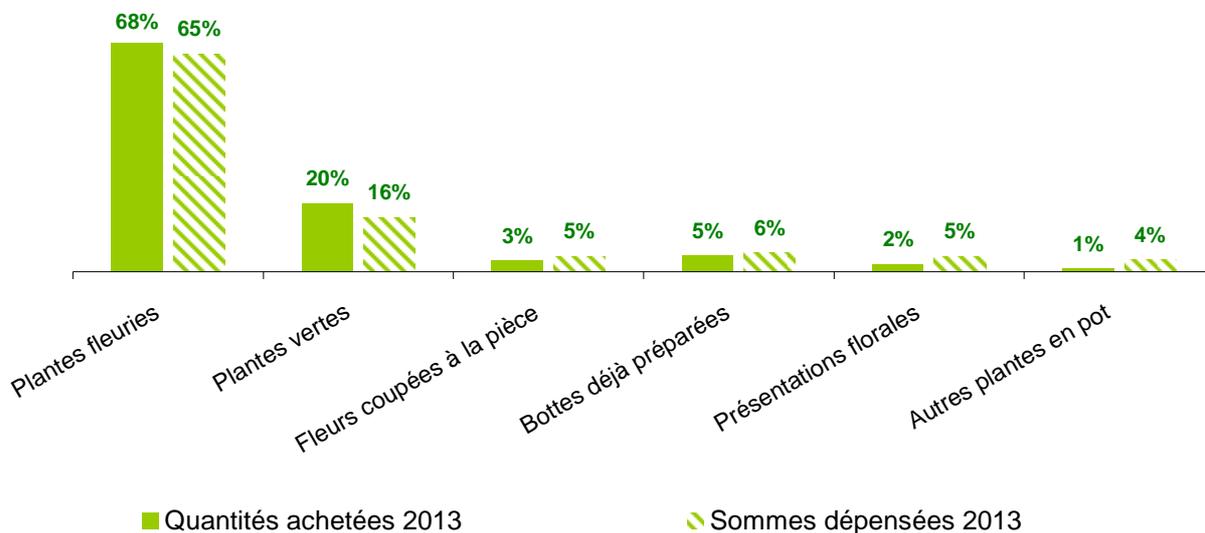
La saisonnalité des achats de végétaux d'intérieur reste sensiblement identique à celle des autres circuits avec le mois de décembre suivi du mois de mai qui prédominent.

## Jardineries spécialisées

En 2013, les achats en jardinerie spécialisées de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté 12,6 % des volumes et 11,4 % des valeurs soit 162,2 millions d'euros en baisse de 1,1 % par rapport à 2012

### Les catégories de végétaux

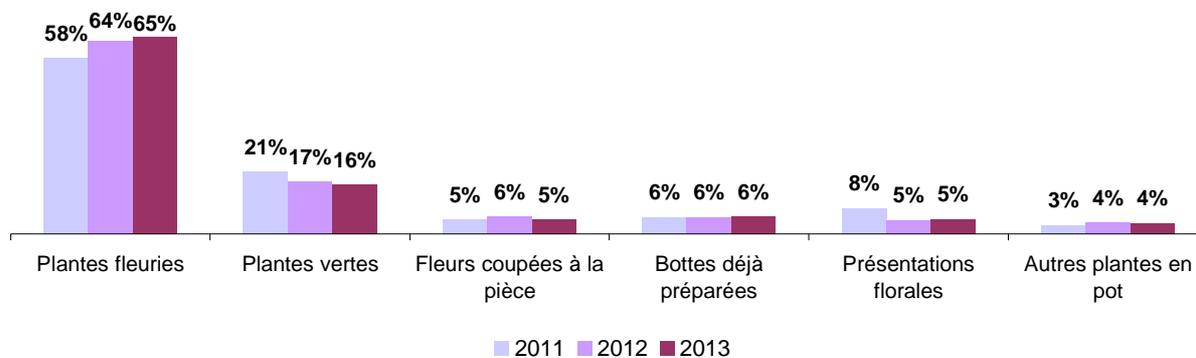
#### Les catégories achetées en jardinerie spécialisées



Les plantes fleuries représentent l'essentiel des achats de végétaux d'intérieur en jardinerie spécialisée.

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

% des sommes dépensées



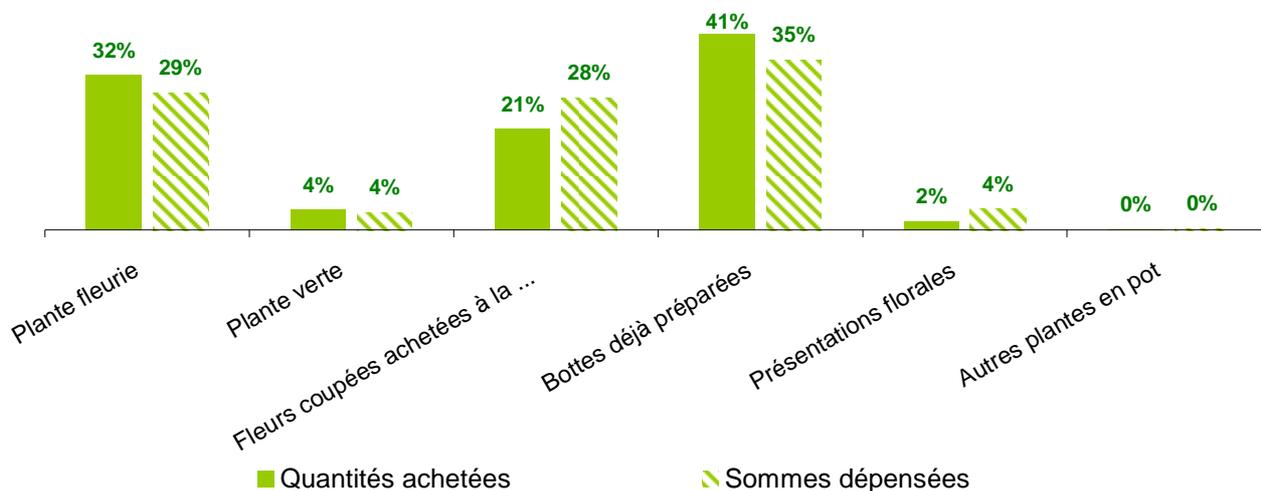
Les achats en valeur de plantes fleuries en jardinerie spécialisée progressent de 7 points entre 2011 et 2013.

## Marché ou une foire

En 2013, les achats sur un marché ou une foire de végétaux d'intérieur pour la maison ou pour offrir ont représenté 12,1 % des volumes et 7,5 % des valeurs soit 107,4 millions d'euros en baisse de 2,6 % par rapport à 2012

### Les catégories de végétaux

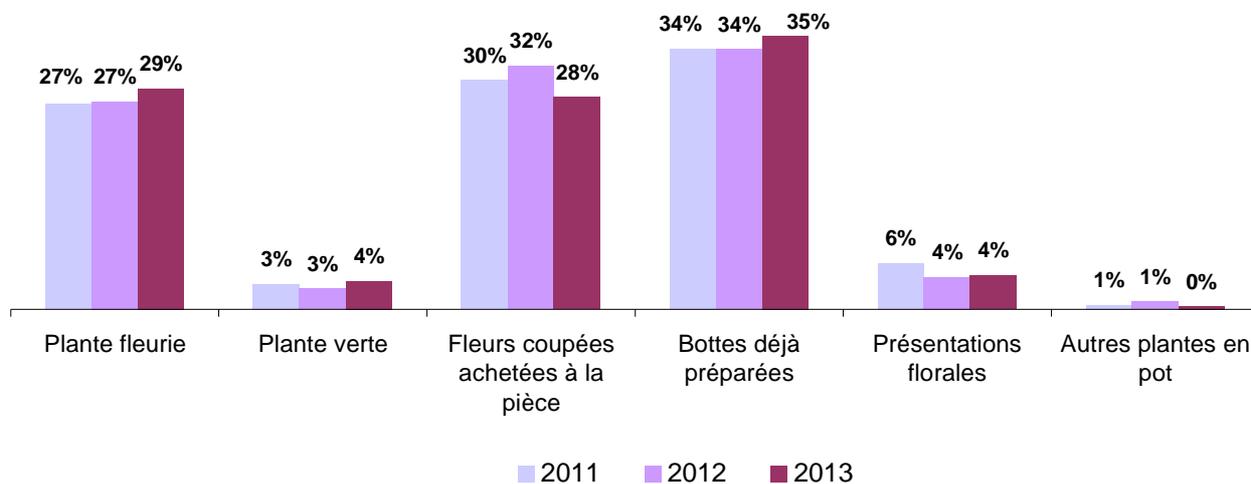
#### Les catégories achetées sur un marché ou une foire



Les bottes déjà préparées (dont 28% 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 foires.

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

% des sommes dépensées



## Achats de végétaux d'extérieur

Les achats de végétaux d'extérieur ont représenté en 2013 un montant global de 860,6 millions d'euros. Ce marché affiche une baisse de 6,1 % en volume et de 5,2 % en valeur par rapport à 2012.

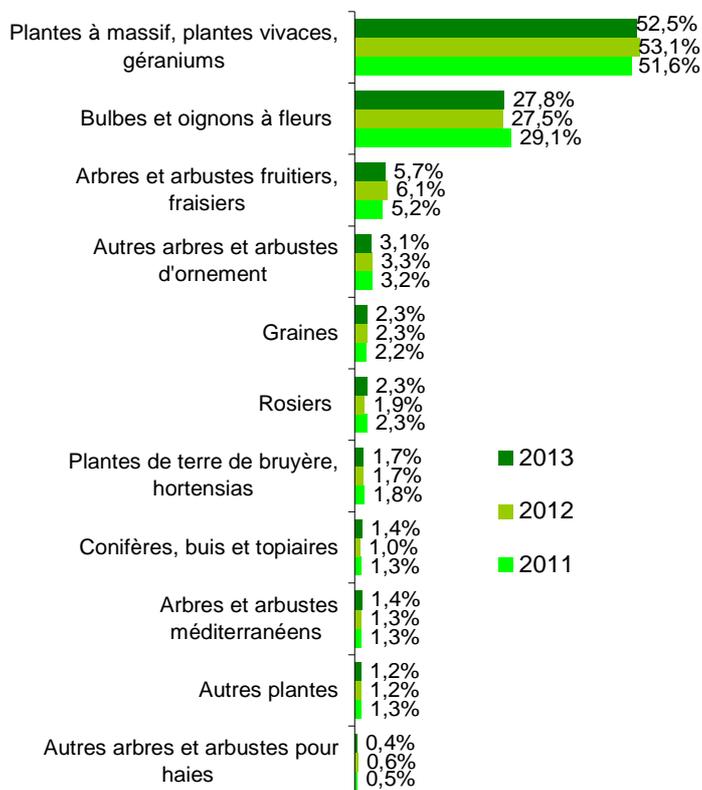
### Catégories de végétaux d'extérieur achetés

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2013 vs 2012 en %	Sommes dépensées extrapolées (en milliers d'euros)	Evolution 2013 vs 2012 en %
<b>Arbres et arbustes fruitiers</b>	<b>5 688</b>	<b>-17,6%</b>	<b>75 868</b>	<b>-16,8%</b>
Arbres fruitiers	2 419	-19,0%	56 327	-14,5%
Arbustes petits fruits	3 269	-16,5%	19 541	-22,6%
<b>Fraisiers</b>	<b>15 716</b>	<b>-9,8%</b>	<b>18 420</b>	<b>6,8%</b>
<b>Rosiers</b>	<b>8 674</b>	<b>13,1%</b>	<b>75 675</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Conifères</b> (isolés, de rocaille ou de haies)	<b>3 078</b>	<b>59,6%</b>	<b>31 178</b>	<b>40,2%</b>
<b>Autres arbres et arbustes pour haies</b>	<b>1 442</b>	<b>-34,8%</b>	<b>11 037</b>	<b>-12,2%</b>
<b>Arbres et arbustes méditerranéens</b>	<b>5 275</b>	<b>2,2%</b>	<b>77 770</b>	<b>-4,1%</b>
<b>Plantes de terres de bruyère</b>	<b>4 201</b>	<b>0,6%</b>	<b>38 141</b>	<b>2,6%</b>
<b>Buis et topiaires</b>	<b>2 407</b>	<b>25,0%</b>	<b>15 834</b>	<b>-1,9%</b>
<b>Autres arbres et arbustes d'ornement</b>	<b>11 502</b>	<b>-10,9%</b>	<b>101 912</b>	<b>-10,1%</b>
<b>Plantes à massif et plantes vivaces</b>	<b>131 520</b>	<b>-6,0%</b>	<b>182 150</b>	<b>-5,5%</b>
Plantes vivaces	17 331	2,2%	53 377	-10,9%
Plantes à massif	114 189	-7,2%	128 773	-3,0%
<b>Géraniums</b>	<b>63 118</b>	<b>-9,0%</b>	<b>112 581</b>	<b>-9,1%</b>
<b>Hortensias</b>	<b>2 148</b>	<b>-14,0%</b>	<b>17 003</b>	<b>-14,2%</b>
<b>Bulbes et oignons à fleurs</b>	<b>102 846</b>	<b>-5,3%</b>	<b>51 932</b>	<b>1,0%</b>
<b>Graines</b> (de fleurs, de gazon)	<b>8 413</b>	<b>-6,6%</b>	<b>35 290</b>	<b>-3,5%</b>
<b>Cyclamens</b>	<b>1 749</b>	<b>-14,2%</b>	<b>4 873</b>	<b>-11,7%</b>
<b>Chrysanthèmes</b>	<b>1 462</b>	<b>23,0%</b>	<b>5 923</b>	<b>18,2%</b>
<b>Autres plantes d'ornement</b>	<b>1 072</b>	<b>-32,6%</b>	<b>5 041</b>	<b>-19,5%</b>
<b>Total</b>	<b>370 311</b>	<b>-6,1%</b>	<b>860 630</b>	<b>-5,2%</b>

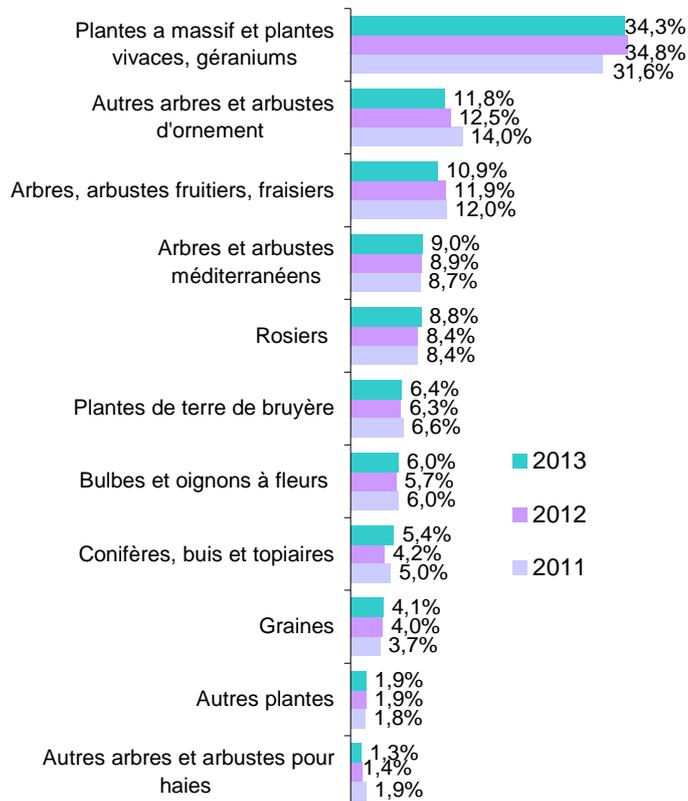
## Répartition et évolution des catégories de végétaux achetés

Classiquement, les parts de marché des plantes à massif, vivaces et géraniums sont dominantes tant en volume qu'en valeur. En valeur, les catégories « autres arbres et arbustes d'ornement » et « arbres fruitiers » perdent des parts de marché depuis 2011.

**Catégories de végétaux d'extérieur**  
% volume



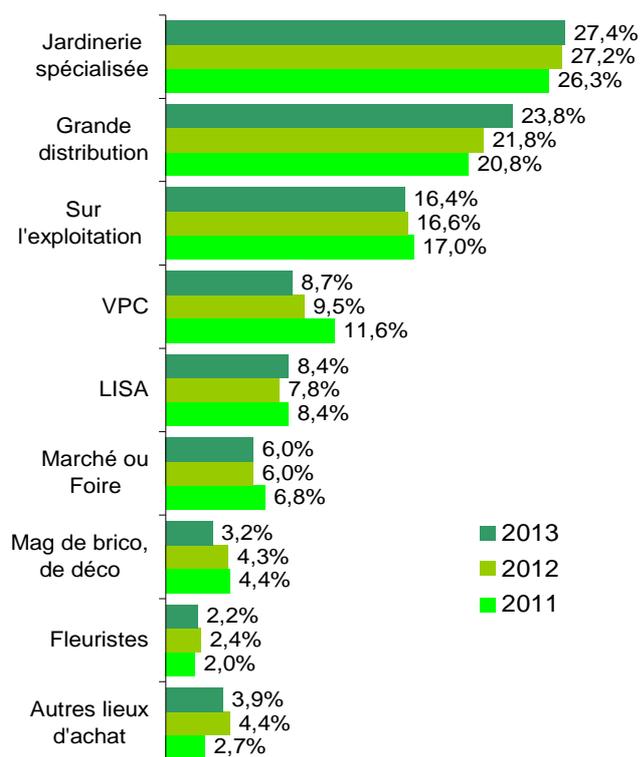
**Catégories de végétaux d'extérieur**  
% valeur



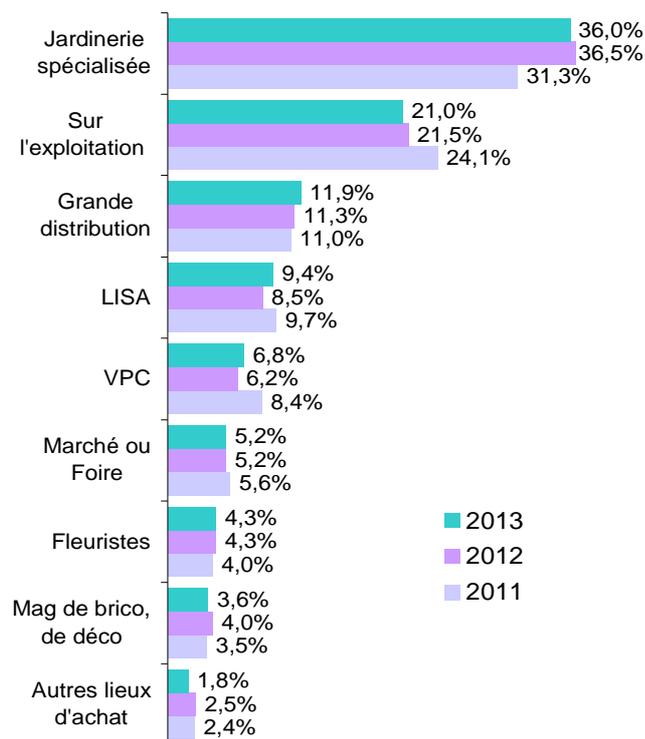
## Lieux d'achat

Dans un contexte de baisse globale du marché des végétaux d'extérieur en 2013, les jardinerie spécialisées, leader sur ce secteur maintiennent difficilement leurs parts de marché. Les achats sur le lieu d'exploitation affiche des parts de marché en diminution avec de 2011 à 2013, une baisse de 0,6 point en volume et de 3,1 points en valeur. La progression la plus marquée se concentre sur les achats en grande distribution qui gagnent 3 points de parts de marché en volume et 0,9 point en valeur entre 2011 et 2013.

**Répartition des achats de végétaux d'extérieur selon les lieux d'achat**  
% volume



**Répartition des achats de végétaux d'extérieur selon les lieux d'achat**  
% valeur



### Saisonnalité

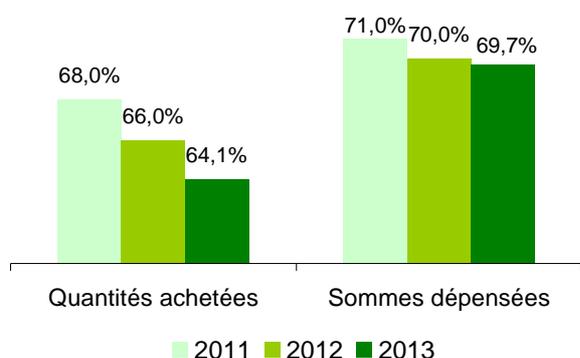
47 % des quantités achetées et 51 % des sommes dépensées pour le jardin ont été générées du mois de mars au mois de mai 2013.

Les achats pour fleurir un rebord de fenêtre ou une terrasse ont concentrés 62 % des volumes achetés et 62 % des valeurs des mois d'avril à juin 2013.

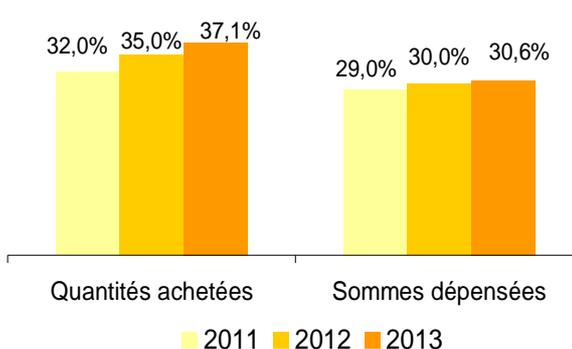
### Destination des achats

Les achats de végétaux d'extérieur sont destinés pour 70 % (en valeur) au jardin. Cependant, depuis 2011 moins de végétaux sont achetés à destination du jardin au profit des balcons et terrasses.

**Les achats de végétaux d'extérieur pour le jardin**



**Les achats de végétaux d'extérieur pour le rebord d'une fenêtre, d'un balcon ou d'une terrasse**



## Modes d'achat

86 % des quantités achetées pour le jardin et 92 % des quantités achetées pour fleurir la terrasse ou le rebord de fenêtre sont générées sur le lieu de vente. Seul 2 % des achats advient par Internet

## Profils d'acheteurs

Un profil stable pour les acheteurs de végétaux d'extérieur. Les acheteurs de végétaux d'extérieur sont plutôt des seniors (donc inactifs), en couple, en maison individuelle et aux revenus confortables que la moyenne.

	Référence Nationale	Acheteurs de végétaux	VE
Base	7000	5462	3045
Moins de 35 ans	17%	16%	<b>12%</b>
35-49 ans	26%	25%	25%
50-64 ans	28%	29%	<b>31%</b>
65 ans et plus	29%	<b>31%</b>	<b>32%</b>
PCS+	32%	33%	32%
PCS-	27%	<b>25%</b>	<b>23%</b>
Inactif	41%	<b>43%</b>	<b>45%</b>
Moins de 1500€	22%	<b>19%</b>	<b>17%</b>
1501 à moins de 3000€	49%	49%	49%
3001€ et plus	29%	<b>32%</b>	<b>34%</b>
1 personne	35%	<b>31%</b>	<b>27%</b>
2 personnes	33%	<b>36%</b>	<b>40%</b>
3 personnes	14%	15%	14%
4 personnes et plus	18%	18%	19%
Région parisienne	18%	18%	15%
Nord-Est	22%	23%	24%
Ouest	23%	24%	25%
Sud-ouest	12%	11%	12%
Sud-est	25%	24%	24%
Maison	61%	<b>64%</b>	<b>72%</b>
Appartement	39%	<b>36%</b>	<b>28%</b>

**XX%** : significativement > référence nationale  
**XX%** : significativement < référence nationale

## Détail par catégorie de végétaux d'extérieur

### Plantes à massifs, vivaces et géraniums

En 2013, les foyers français ont acheté 194,6 millions de plantes à massifs, vivaces ou géraniums pour un montant global de dépenses de 294,7 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe un retrait des achats en volume (- 7 %) et une baisse des valeurs (- 6,9 %).

- 114,2 millions de plantes à massifs (annuelles ou bisannuelles) (- 7,2 % /2012) pour 128,8 millions d'euros (- 3 %) ;
- 17,3 millions de plantes vivaces (+ 2,2 % /2012) pour 53,4 millions d'euros (- 10,9 %) ;
- 63,1 millions de géraniums (- 9 % /2012) pour 112,6 millions d'euros (- 9,1 %)

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

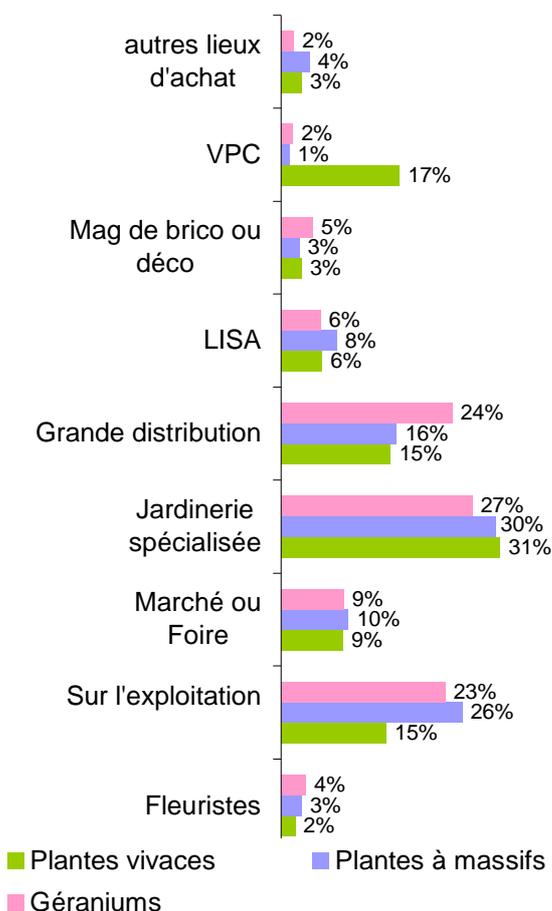
La répartition des achats diffère sensiblement, selon le type de végétal de cette catégorie. Les jardineries restent leader en volume et en valeur. Les achats en grande distribution progressent pour représenter 24 % des volumes et 14 % des dépenses.

Les circuits privilégiés en 2013 en valeur selon le type de végétal de ce secteur sont :

- Plantes à massifs : jardineries spécialisées (37 %), sur exploitation (25%) et grande distribution (10%)
- Plantes vivaces : jardineries spécialisées (36 %), sur exploitation (17 %), grande distribution et vente par correspondance (11 %),
- Géraniums : jardineries spécialisées (31 %), sur exploitation (25 %), et grande distribution (14 %)

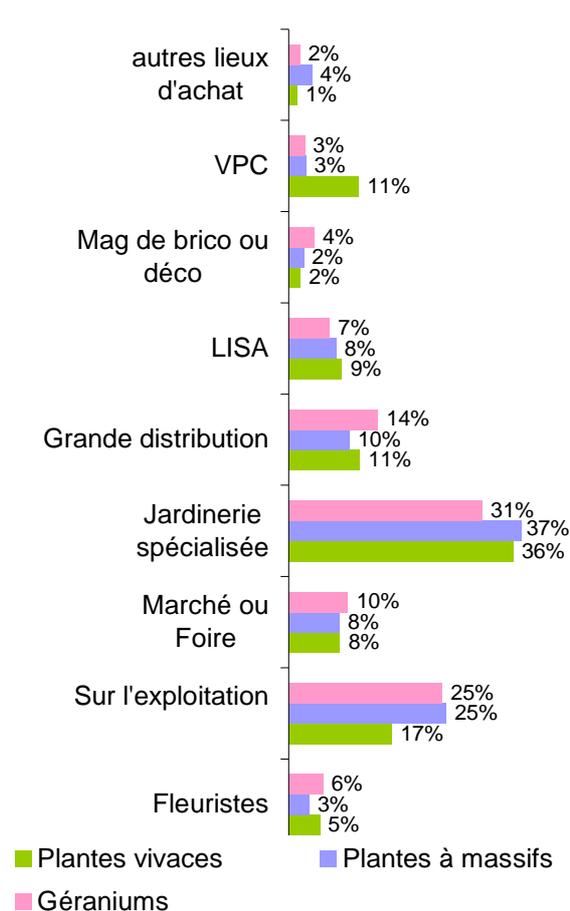
### Répartition des achats de plantes à massifs, vivaces ou géraniums selon les lieux d'achat

% volume

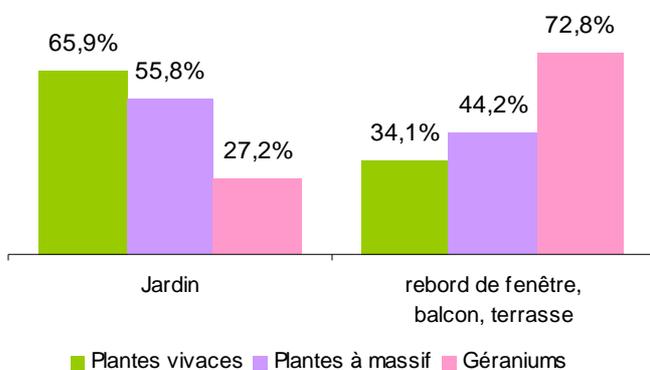


### Répartition des achats de plantes à massifs, vivaces ou géraniums selon les lieux d'achat

% valeur

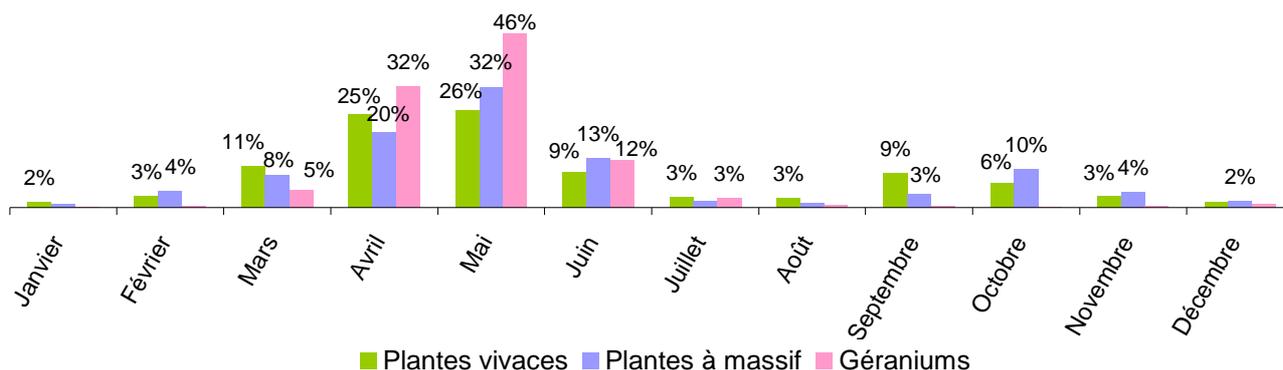


### Destination des achats des plantes à massifs, vivaces ou géraniums



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

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



### Rosiers

En 2013, les foyers français ont acheté 8,7 millions de rosiers, pour un montant global de dépenses de 75,7 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une hausse des achats en volume (+13 %) pour une relative stabilité des valeurs (- 0,4 %).

### Lieux d'achat des rosiers

Top 3 en volume :

- sur exploitation : 27,5 %
- les jardinerie spécialisées : 23,6 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 18,3%

Top 3 en valeur :

- les jardinerie spécialisées : 37,6 %
- sur exploitation : 17,9 %
- la vente par correspondance : 11,6 %

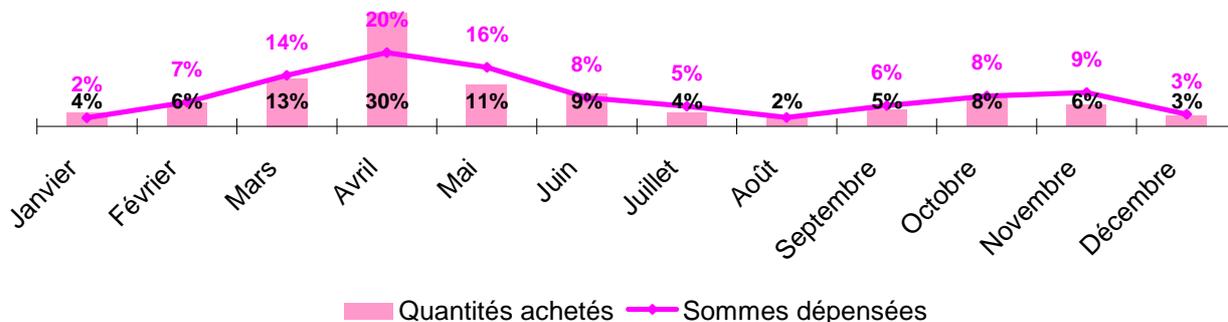
Si la grande distribution affiche 18,3 % du marché en volume, ce circuit ne représente que 9,7 % en valeur. Le marché en circuit « vente par correspondance » s'élève 11,6 % des sommes dépensées pour 13,2 % des volumes.

### Destination des achats de rosiers

86 % des achats de rosiers sont destinés à embellir le jardin contre 14 % au fleurissement des balcons, terrasse ou rebord de fenêtre.

### Calendrier d'achat des rosiers

#### Saisonnalité des achats de rosier



## Fruitiers (arbres, arbustes et fraisiers)

En 2013, les foyers français ont acheté 21,4 millions d'arbres, arbustes fruitiers ou fraisiers, pour un montant global de dépenses de 95,3 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une baisse des achats en volume (-12 %) et en valeur (-13 %).

- 2,4 millions d'arbres fruitiers de toutes formes (- 19 % /2012) pour 56,3 millions d'euros (- 14,5 %) ;
- 3,3 millions d'arbustes fruitiers (- 16,5 % /2012) pour 19,5 millions d'euros (- 22,6 %) ;
- 15,7 millions de fraisiers (- 9,8 % /2012) pour 18,4 millions d'euros (+ 6,8 %)

### Lieux d'achat des fruitiers

#### **Les arbres fruitiers**

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 30,9 %
- sur exploitation : 25,5 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 12,4%

Top 3 en valeur :

- les jardinerie spécialisées : 34,9 %
- sur exploitation : 31,8 %
- libre service agricole : 10,7 %

#### **Les arbustes fruitiers**

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 27,4 %
- vente par correspondance 18,3 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 18 %

Top 3 en valeur :

- les jardinerie spécialisées : 31,5 %
- sur exploitation : 17,6 %
- vente par correspondance : 16,9 %

#### **Les fraisiers**

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 24,6 %
- libre service agricole : 21,8 %
- vente par correspondance : 18,2 %

Top 3 en valeur :

- les jardinerie spécialisées : 31,5 %
- vente par correspondance : 20,5 %
- libre service agricole : 17,9 %

### Destination des achats de fruitiers

Plus de 95 % des achats d'arbres et d'arbustes fruitiers et 91 % des fraisiers sont destinés au jardin

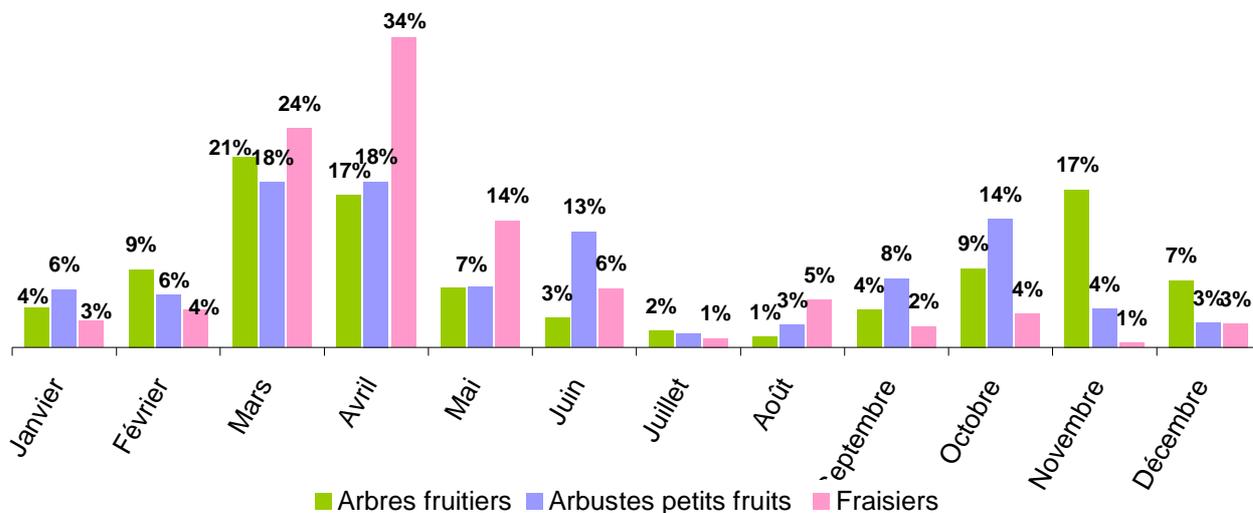
### Mode d'achats des fruitiers

7 % des sommes dépensées pour les achats de fraisiers, 6 % pour les achats d'arbustes fruitiers et 3 % pour les achats d'arbres fruitiers sont effectuées par Internet.

## Calendrier d'achat des fruitiers

### Saisonnalité des achats

en % des sommes dépensées



### Arbres et arbustes méditerranéens

En 2013, les foyers français ont acheté 5,3 millions d'arbres et arbustes méditerranéens pour un montant global de dépenses de 77,8 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une hausse des achats en volume (+2,2 %) pour une baisse des valeurs (- 4,1 %).

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

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 29,9 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 21,8%
- libre service agricole : 14,9 %

Top 3 en valeur :

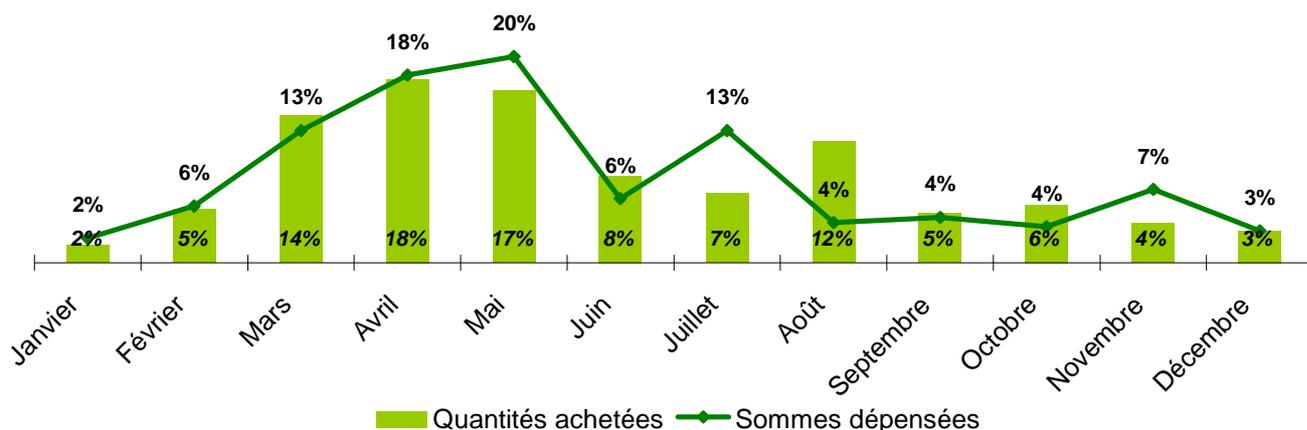
- les jardinerie spécialisées : 35,1 %
- sur exploitation : 24,6 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 10,9 %

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

73 % des achats d'arbres et arbustes méditerranéens sont destinés à embellir le jardin contre 27 % à orner les balcons, terrasse ou rebord de fenêtre.

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

### Saisonnalité des achats



### Autres arbres et arbustes d'ornement

En 2013, les foyers français ont acheté 11,5 millions d'autres arbres et arbustes d'ornement pour un montant global de dépenses de 101,9 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une baisse des achats en volume (- 10,9 %) pour une baisse des valeurs (- 10,1 %).

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

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 33,2 %
- sur exploitation : 23,8 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 11,6 %

Top 3 en valeur :

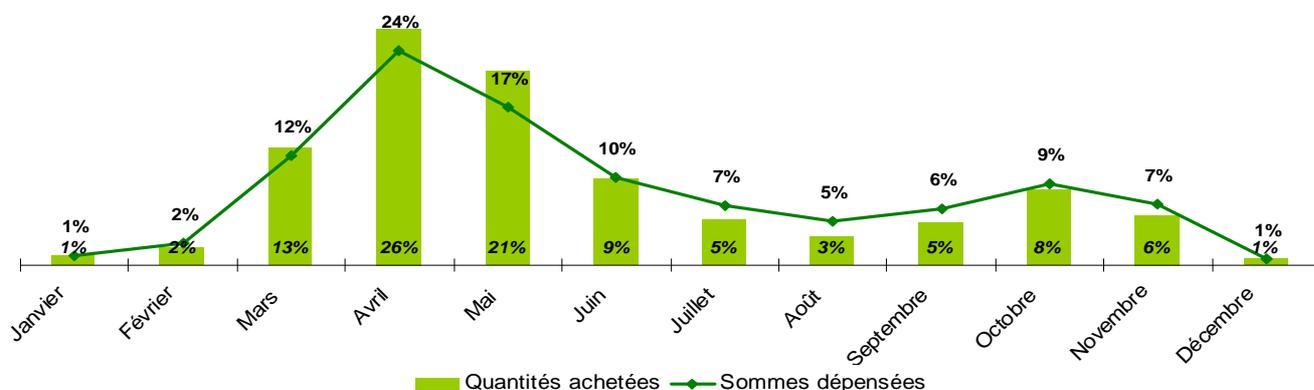
- les jardinerie spécialisées : 39,7 %
- sur exploitation : 27,7 %
- libre service agricole : 8,1 %

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

65 % des achats d'arbres et arbustes méditerranéens sont destinés à embellir le jardin contre 35 % à orner les balcons, terrasse ou rebord de fenêtre.

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

#### Saisonnalité des achats



## Plantes de terre de bruyère, hortensias

En 2013, les foyers français ont acheté 6,3 millions de plantes de terre de bruyère et d'hortensias pour un montant global de dépenses de 55,1 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une baisse des achats en volume (- 4,9 %) et en valeur (- 3,2 %).

- 4,2 millions de plantes de terre de bruyère (+ 0,6 % /2012) pour 38,1 millions d'euros (+ 2,6 %) ;
- 2,1 millions d'hortensias (- 14 % /2012) pour 17 millions d'euros (- 14,2 %) ;

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

#### Plantes de terre de bruyère

Top 3 en volume :

- les jardinerie spécialisées : 29,4 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 28 %
- sur exploitation : 13,8 %

Top 3 en valeur :

- les jardinerie spécialisées : 35,4 %
- sur exploitation : 22,9 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 11,8 %

#### Hortensias

Top 3 en volume :

- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 39,1 %
- les jardinerie spécialisées : 17,8 %
- libre service agricole : 12,6 %

Top 3 en valeur :

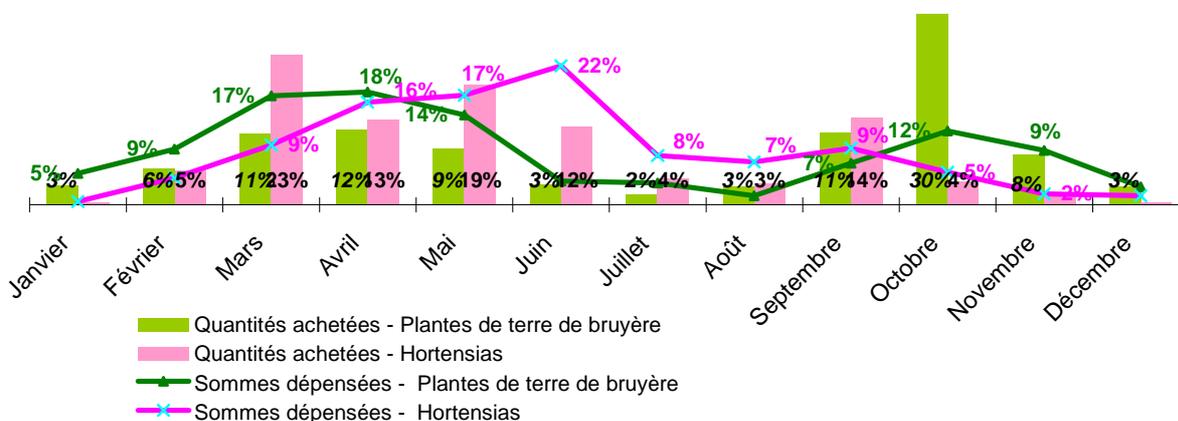
- les jardinerie spécialisées : 30 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 17,4 %
- libre service agricole, sur exploitation, fleuristes : respectivement 12,8 %, 12,5 % et 12,4 %.

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

71 % des achats des plantes de terre de bruyère et 69 % des hortensias sont destinés à fleurir le jardin contre 29 % et 31 % destinés aux balcons, terrasse ou rebord de fenêtre.

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

#### Saisonnalité des achats



## Bulbes et oignons à fleurs

En 2013, les foyers français ont acheté 102,8 millions de bulbes et oignons à fleurs, pour un montant global de dépenses de 51,9 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une baisse des achats en volume (- 5,3 %) pour une hausse des valeurs (+ 1 %).

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

Top 3 en volume :

- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) 35,6 %
- les jardinerie spécialisées : 22,8 %
- la vente par correspondance : 19,1 %

Top 3 en valeur :

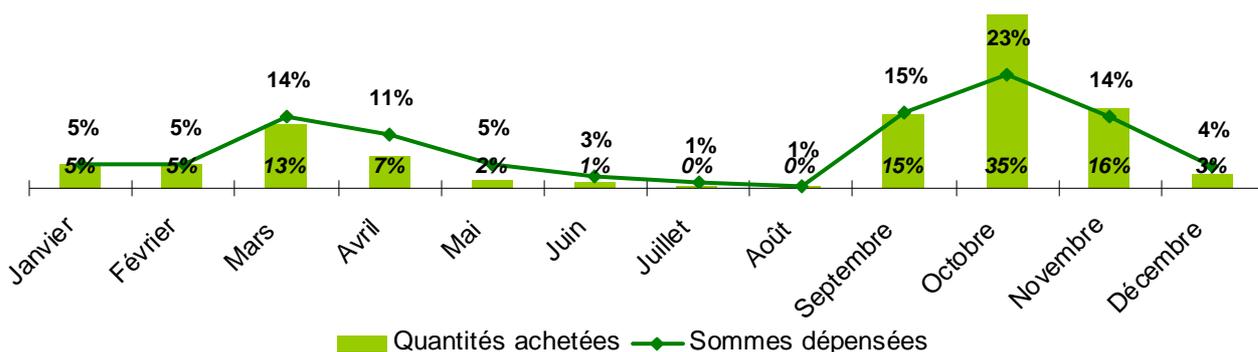
- les jardinerie spécialisées : 26,6 %
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 23,6 %
- la vente par correspondance : 21,8 %

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

83 % des achats de bulbes sont destinés à embellir le jardin contre 17 % au fleurissement des balcons, terrasse ou rebord de fenêtre.

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

#### Saisonnalité des achats

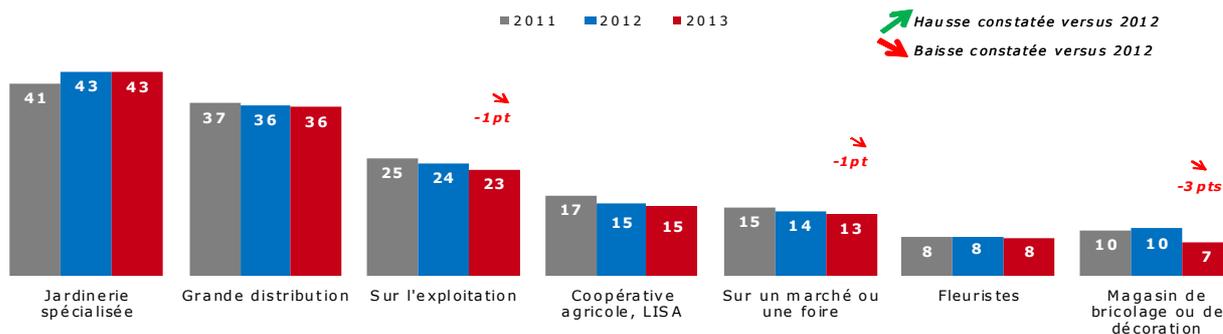


## Détail par lieu d'achat des végétaux d'extérieur

Sur le marché des végétaux d'extérieur, les jardinerie spécialisées sont le premier circuit en nombre d'acheteurs, la grande distribution maintient sa seconde position mais les exploitations continuent de perdre des acheteurs.

### Lieu d'achat des végétaux d'extérieur

en % acheteurs de VE



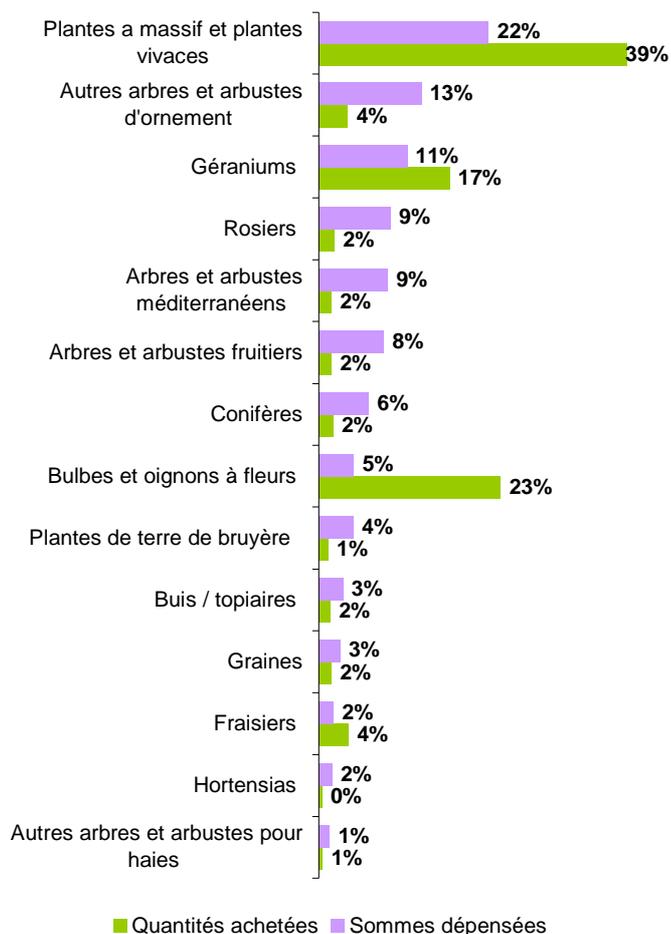
## Jardineries spécialisées, libre service agricole

En 2013, les achats de végétaux d'extérieur en jardinerie spécialisée et libre service agricole ont représenté 35,7 % des volumes et 45,2 % des valeurs soit 389,1 millions d'euros en baisse de 4,1 % par rapport à 2012.

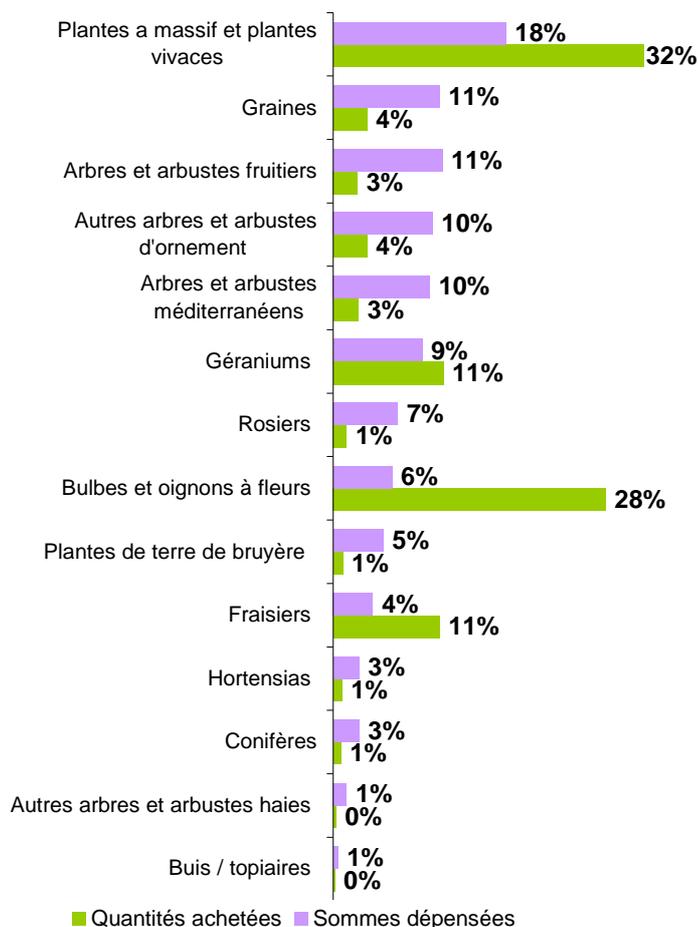
- 27,4 % des volumes sont achetés en jardinerie spécialisée (+ 0,2 point / 2012) et 36 % des sommes dépensées soit 308,7 millions d'euros (- 6,2 points / 2012)
- 8,4 % des volumes sont achetés en coopérative agricole et Libre service agricole (+0,6 point / 2012) et 9,4 % des sommes dépensées soit 80,4 millions d'euros (+ 5,2 points / 2012)

### Les catégories de végétaux

#### Catégories de végétaux achetées en jardinerie spécialisée

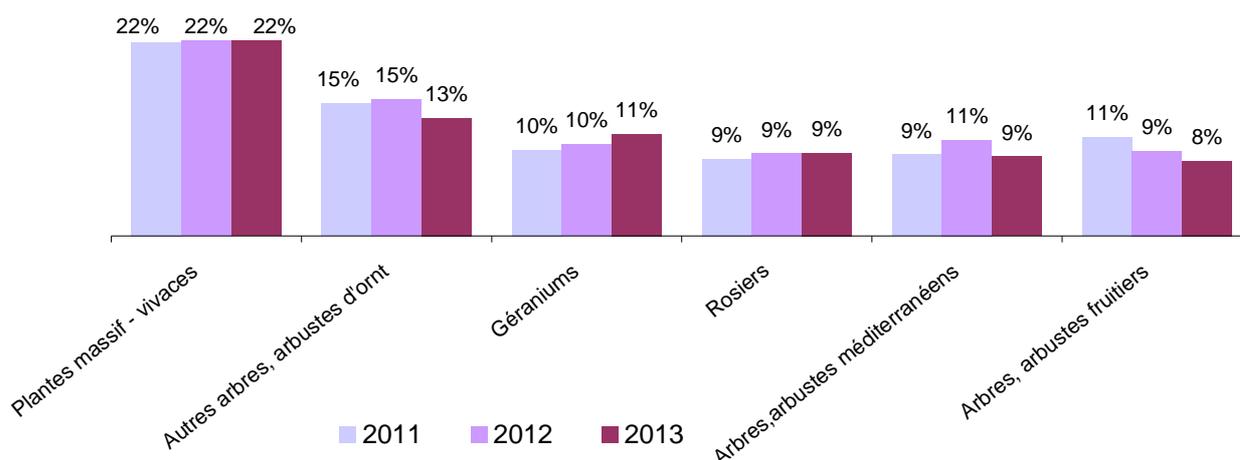


#### Catégories de végétaux achetées en libre service agricole



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

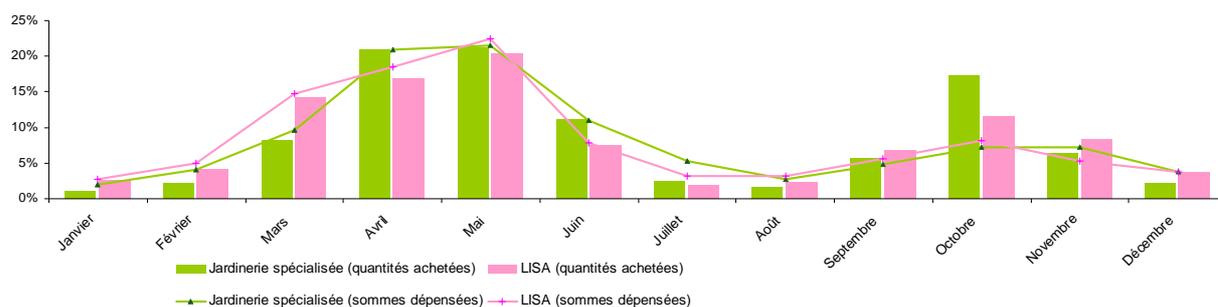
% des sommes dépensées



Entre 2011 et 2013, parmi les six principales catégories, les baisses les plus sensibles de parts de marché en valeur en jardinerie spécialisée se retrouvent chez des arbres et arbustes fruitiers et les autres arbres et arbustes d'ornement.

### Calendrier d'achat en jardinerie spécialisée et libre service agricole

#### Saisonnalité des achats



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

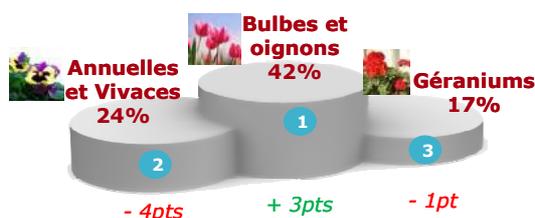
En 2013, les achats en grande distribution (grandes surfaces alimentaires et jardinerie d'hypermarché) de végétaux d'extérieur ont représenté 23,8 % des volumes et 11,9 % des valeurs soit 102,3 millions d'euros en relative stabilité par rapport à 2012 (+0,2%).

- 19,9 % des volumes achetés en grande surface alimentaire (+ 1,4 point/2012) et 9,5 % des sommes dépensées soit 81,6 millions d'euros (+ 3,8 %/2012)
- 3,9 % des volumes achetés en jardinerie d'hypermarché (-0,6 point/2012) et 2,4 % des sommes dépensées soit 20,7 millions d'euros (- 11,7 %/2012)

Si la grande distribution reste stable en pénétration, elle gagne des parts de marché en volume et en valeur notamment en grande surface alimentaire.

### Les catégories de végétaux

% volume 2013

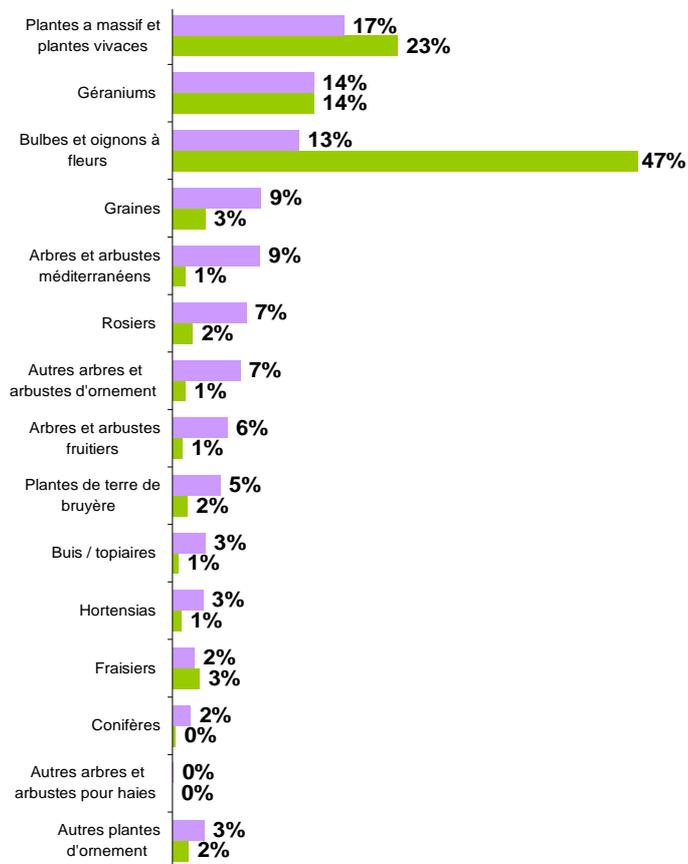


Le panier moyen est en constante progression. Il atteint 20,6€ en 2013.

		Grande Distribution		
		2011	2012	2013
Nombre moyen		15,8	16,6	17,7 + 1,1
Somme moyenne		18,5€	18,8€	20,6€ + 1,8€

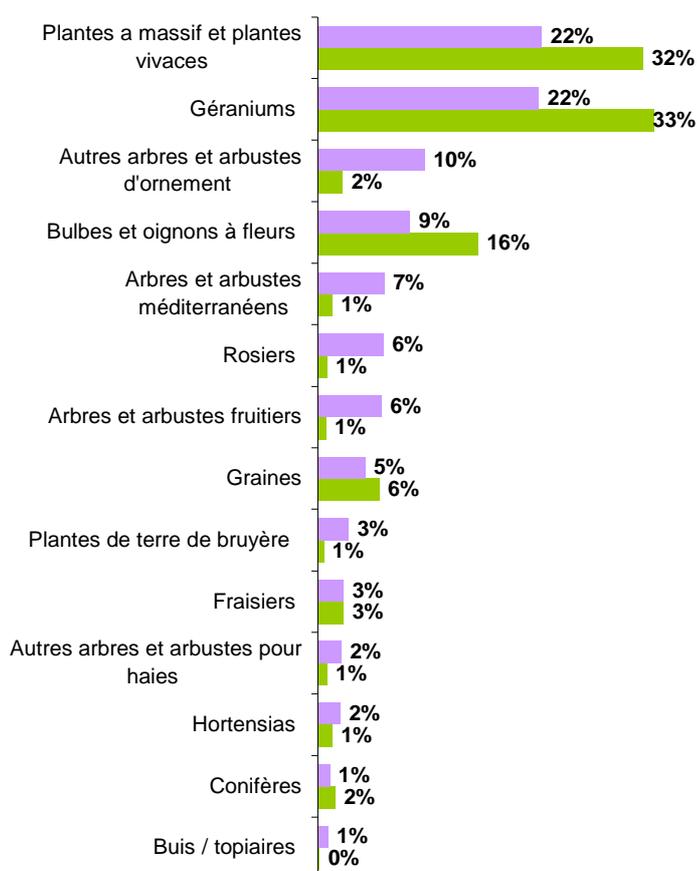
Prix moyen autour de 1,2€

### Catégories de végétaux achetées en grande distribution



■ Quantités achetées ■ Sommes dépensées

### Catégories de végétaux achetées en jardinerie d'hypermarché

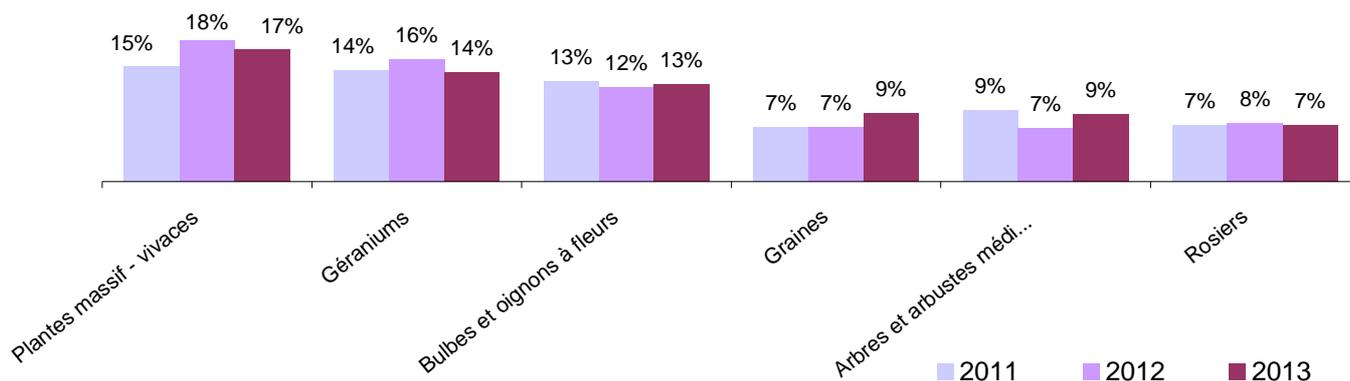


■ Quantités achetées ■ Sommes dépensées

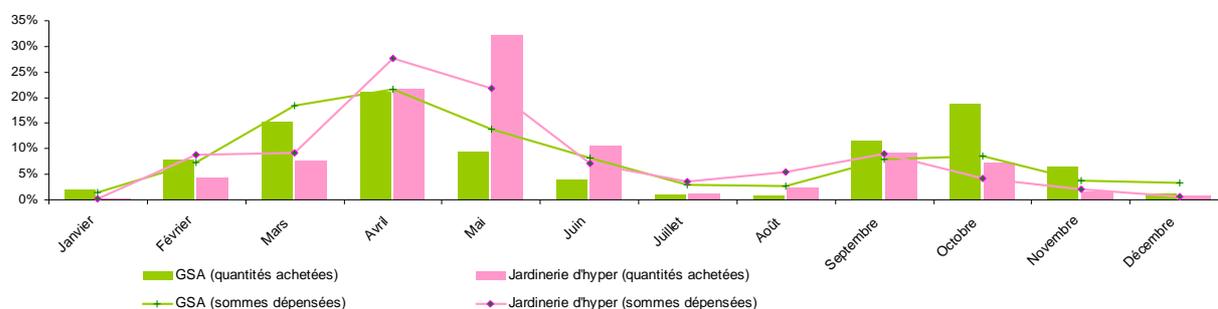
Les principales catégories de végétaux d'extérieur achetées en grande surface alimentaires sont les plantes à massifs, les géraniums et les bulbes.

## Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en grande surface alimentaire

% des sommes dépensées



## Calendrier d'achat en grande distribution et jardinerie d'hypermarché

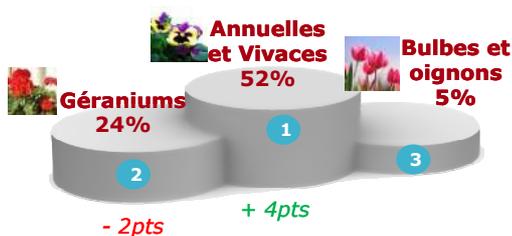


## Achats sur le lieu d'exploitation

En 2013, les achats de végétaux d'extérieur sur l'exploitation ont représenté 16,4 % des volumes et 21 % des valeurs soit 180,3 millions d'euros en baisse de 7,1 % par rapport à 2012

## Les catégories de végétaux

% volume 2013

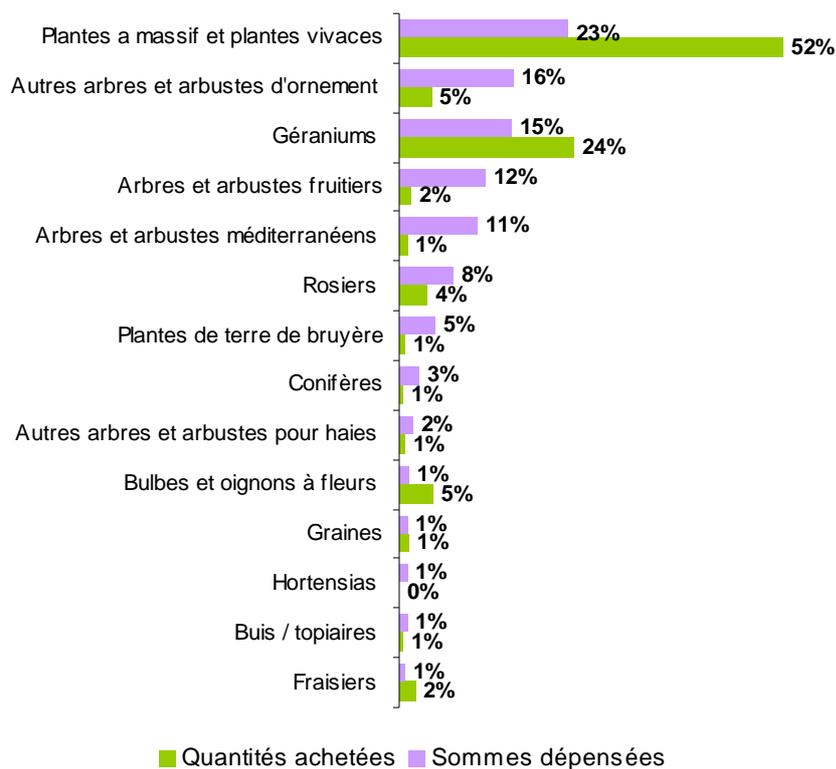


Le panier moyen des achats sur le lieu d'exploitation est en hausse de 1,4 € entre 2012 et 2013 et atteint en 2013 à 51,7€

		Exploitation horticole		
		2011	2012	2013
Nombre moyen		19,6	18,6	18,7 + 0,1
Somme moyenne		60,7€	50,3€	51,7€ + 1,4€

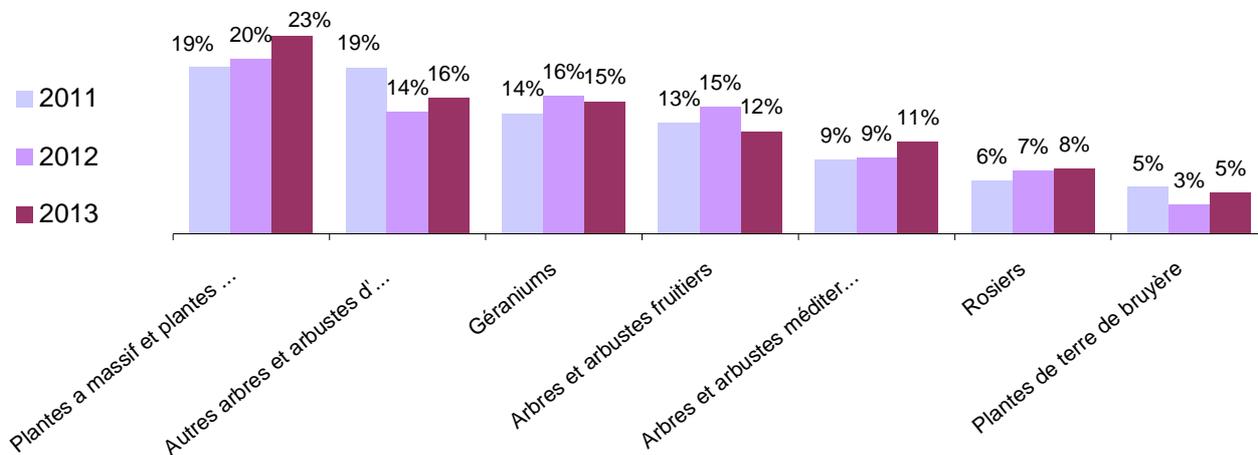
Prix moyen autours de 3,0€

## Les catégories achetées sur l'exploitation

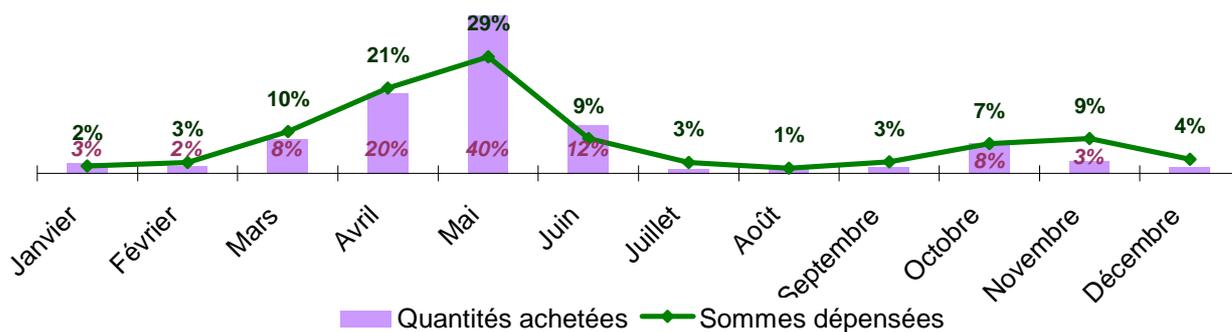


## Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur sur le lieu d'exploitation

% des sommes dépensées



## Calendrier d'achat sur le lieu d'exploitation



## Profil d'acheteurs

On observe des profils différenciés entre les acheteurs sur l'exploitation et en grande distribution, même si le cœur de cible des acheteurs de végétaux d'extérieur est présent dans les deux circuits

		Exploitation Horticole	Grande Distribution
	Base	478	1178
<b>Age du chef de famille</b>	Moins de 35 ans	7%	<b>10%</b>
	35-49 ans	21%	<b>25%</b>
	50-64 ans	<b>36%</b>	33%
	65 ans et plus	<b>36%</b>	32%
<b>PCS du chef de famille</b>	PCS+	30%	30%
	PCS-	18%	<b>25%</b>
	Inactif	<b>52%</b>	45%
<b>Revenus</b>	Moins de 1500€	11%	<b>19%</b>
	1501 à moins de 3000€	49%	51%
	3001€ et plus	<b>40%</b>	30%
<b>Taille du foyer</b>	1 personne	19%	<b>24%</b>
	2 personnes	<b>49%</b>	40%
	3 personnes	13%	16%
	4 personnes et plus	19%	20%
<b>Région</b>	Région parisienne	8%	<b>15%</b>
	Nord-Est	28%	28%
	Ouest	25%	25%
	Sud-ouest	<b>15%</b>	12%
	Sud-est	<b>24%</b>	20%
<b>Logement</b>	Maison	<b>82%</b>	75%
	Appartement	18%	<b>25%</b>

**L'exploitation** : un lieu d'achat plutôt pour des « experts » du jardinage : **séniors**, en **couple**, en **maison individuelle** et aux **revenus confortables**.

**La grande distribution** : en **opposition à l'exploitation**, plus de **jeunes jardiniers**, **urbains**, en **appartement**, aux **revenus plus modestes**.

Néanmoins le **profil type de l'acheteur de VE** (senior, maison, revenus confortables) **constitue l'essentiel des acheteurs** de ce circuit.

**XX%** : significativement > autre population  
Aucune évolution significative versus 2012

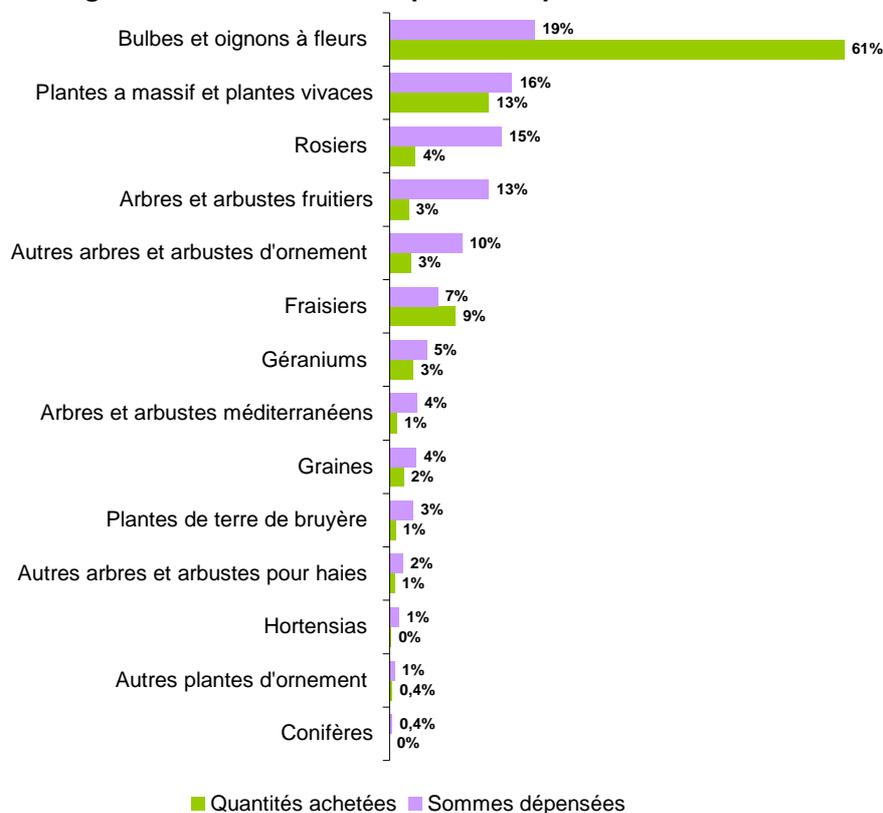
© TNS

## Vente par correspondance

En 2013, les achats de végétaux d'extérieur par le circuit des ventes par correspondance ont représenté 8,7 % des volumes et 6,8 % des valeurs soit 58,3 millions d'euros en progression de 4,2 % par rapport à 2012.

### Les catégories de végétaux

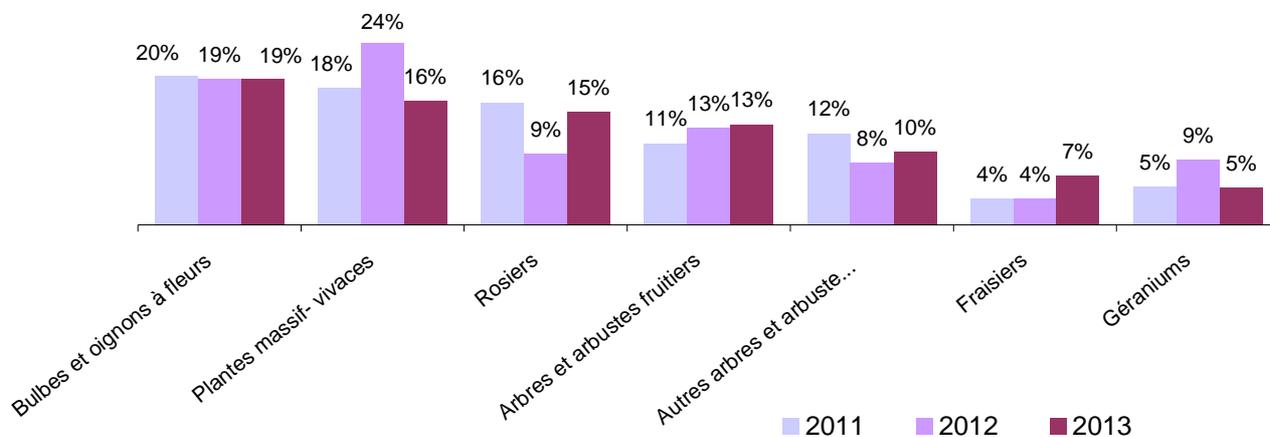
#### Les catégories achetées en vente par correspondance



Les bulbes et oignons à fleurs sont les principaux types végétaux achetés en vente par correspondance. Les plantes vivaces représentent 9 % des quantités achetées et 10,3 % des sommes dépensées tandis que les plantes à massif représentent 4,3 % des quantités achetées pour 6,2 % des dépenses.

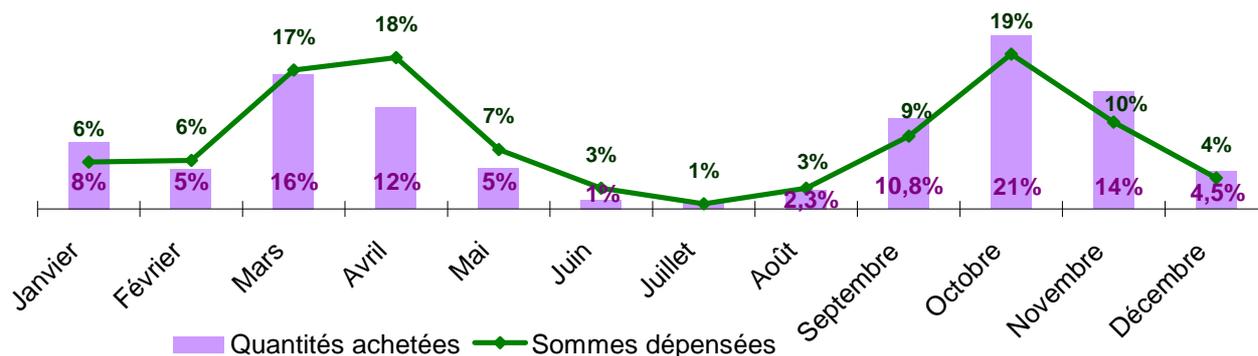
#### Evolution des achats des plus importantes catégories de végétaux d'extérieur en vente par correspondance

% des sommes dépensées



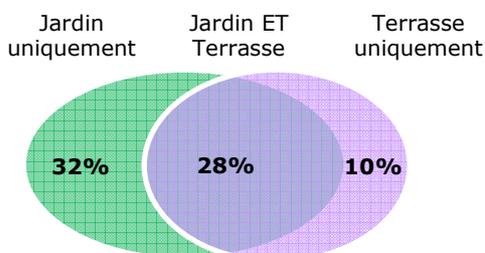
## Calendrier d'achat en vente par correspondance

### Saisonnalité des achats



### Destination : « jardin » ou « terrasse balcon rebord de fenêtre »

Près de 7 foyers sur 10 possèdent un jardin ou une terrasse soit 19,5 millions de ménages.



\*Base: Ensemble des ménages (12 196) / Question : Possédez-vous un jardin ou une terrasse dans votre résidence principale ou secondaire ?

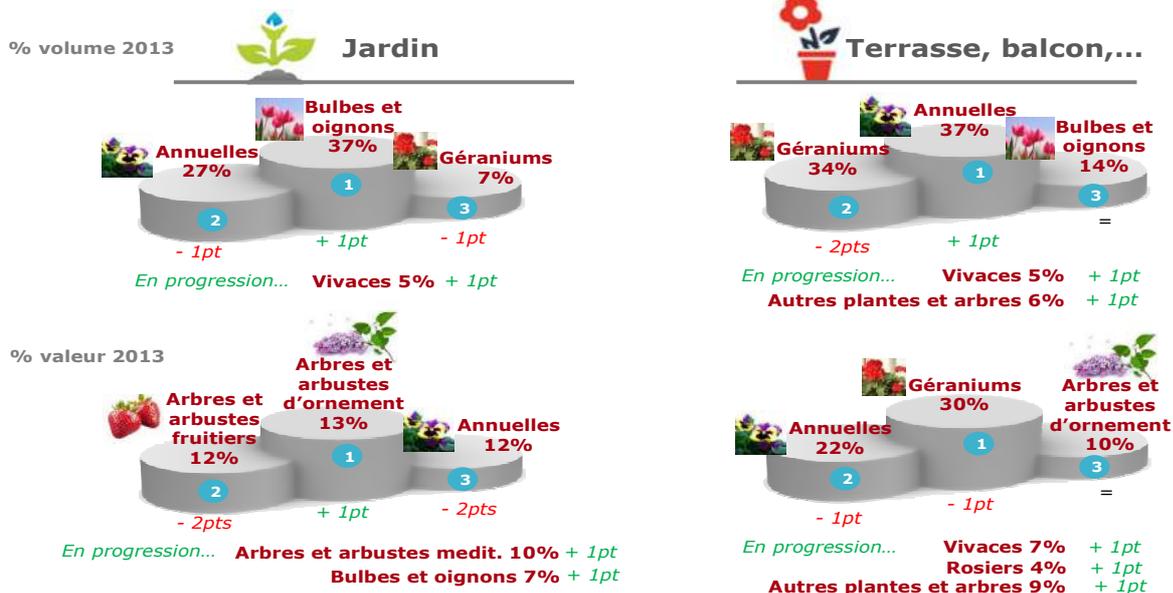
	Jardin				Terrasse, balcon,...			
	2011	2012	2013		2011	2012	2013	
Nombre de foyers (en millions)	10,1	9,7	9,3	- 0,4M	7,4	7,8	7,4	- 0,4M
Volume (en %)	68	66	63	- 3pts	32	34	37	+ 3pts
Valeur (en %) €	71	70	69	- 1pt	29	30	31	+ 1pt
Nombre moyen	24,6	23,3	22,5	- 0,8	15,0	15,9	16,6	+ 0,7
Somme moyenne	56,7€	54,7€	53,3€	- 1,4€	30,4€	30,8€	31,0€	+ 0,2€
	Prix moyen autour de 2,3€				Prix moyen autour de 2,0€			

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

Hormis la pénétration des acheteurs qui baisse, quelle que soit la destination ; les indicateurs 2013 sont au vert pour les terrasses, balcons et rebords de fenêtres.

## Catégories de végétaux d'extérieur

On observe des types de plantes différentes selon la destination. A noter tout de même l'essoufflement du traditionnel géranium qui se poursuit, même s'il demeure le plus gros poste de dépense pour la terrasse.

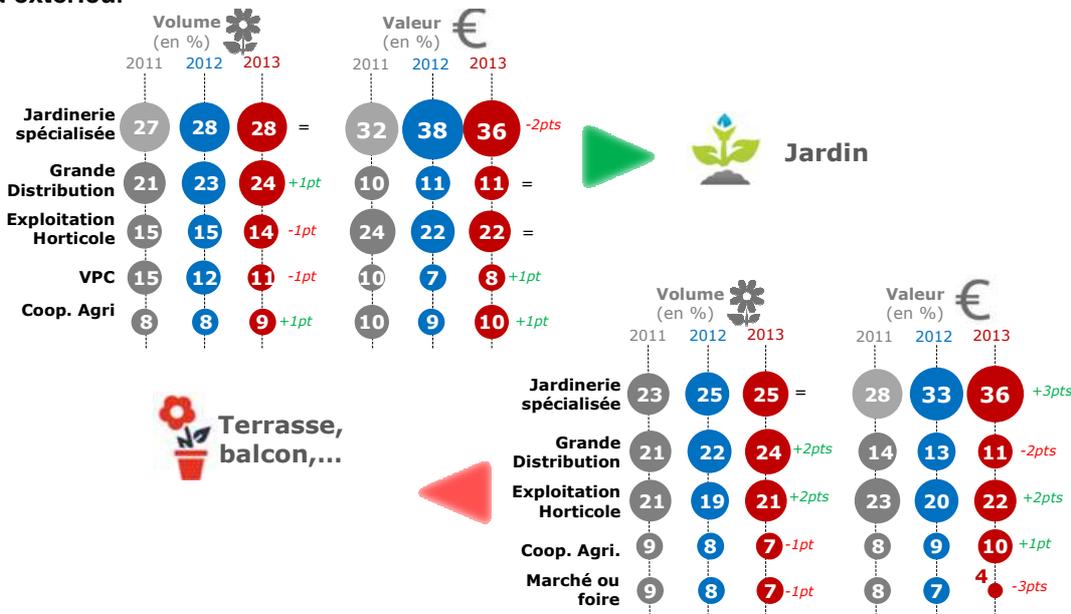


## Lieux d'achat

En 2013, pour les achats à destination :

- des jardins : les circuits spécialisés (excepté la coopérative agricole /LISA) souffrent.
- des terrasses, balcons, rebords de fenêtre: les circuits spécialisés (excepté marché et foire) sont en progression de part de marché en volume et valeur.

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



## Achats de végétaux pour les obsèques et le cimetière

Les achats de végétaux pour les obsèques et le cimetière ont représenté en 2013 un montant global de 832,9 millions d'euros. Ce marché affiche une baisse de 0,3 % en volume et -1,7 % en valeur par rapport à 2012.

Ce marché est relativement stable en nombre de foyers acheteurs, mais diminue depuis trois ans en volume et en valeur.

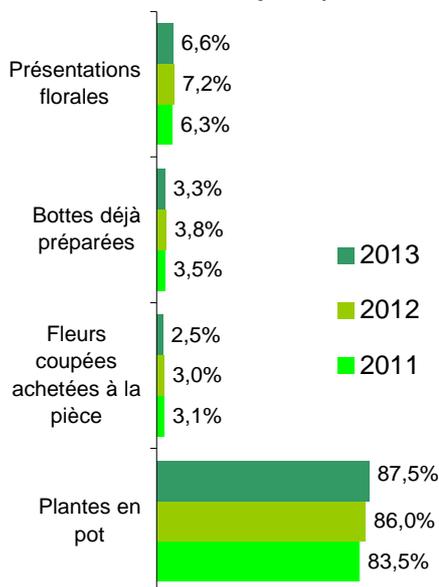
### Catégories de végétaux

	Quantités achetées extrapolées (en milliers)	Evolution 2013 vs 2012 en %	Sommes dépensées extrapolées (en milliers d'euros)	Evolution 2013 vs 2012 en %
<b>Plantes en pot</b>	<b>54 624</b>	<b>1,4%</b>	<b>507 581</b>	<b>-2,8%</b>
Plante fleurie	51 338	1,7%	451 916	0,5%
Plante verte, grasse et cactées	1 603	-13,3%	18 902	-17,1%
Composition de plantes	1 683	8,7%	36 763	-26,3%
<b>Fleurs coupées</b>	<b>3 680</b>	<b>-14,2%</b>	<b>50 267</b>	<b>-11,0%</b>
<b>Fleurs coupées achetées à la pièce</b>	<b>1 589</b>	<b>-16,4%</b>	<b>19 633</b>	<b>-10,7%</b>
Fleur unique	564	4,3%	4 397	-21,4%
Bouquet de fleurs d'une seule espèce	864	-26,8%	11 727	-13,0%
Bouquet de fleurs de plusieurs espèces	161	-10,6%	3 508	20,5%
<b>Bottes déjà préparées</b>	<b>2 091</b>	<b>-12,4%</b>	<b>30 635</b>	<b>-11,1%</b>
Botte de fleur d'une seule espèce	1 011	-13,9%	12 018	-20,4%
Botte de fleurs de plusieurs espèces	1 080	-11,0%	18 617	-3,9%
<b>Présentations florales</b>	<b>4 136</b>	<b>-8,0%</b>	<b>275 019</b>	<b>2,4%</b>
Bouquet rond	398	44,2%	13 447	29,0%
Composition florale	3 738	-11,4%	261 572	1,3%
<b>Végétaux d'extérieur</b>	<b>1 434</b>	<b>-30,2%</b>	<b>8 608</b>	<b>-15,1%</b>
<b>Total</b>	<b>63 875</b>	<b>-1,3%</b>	<b>841 475</b>	<b>-1,9%</b>

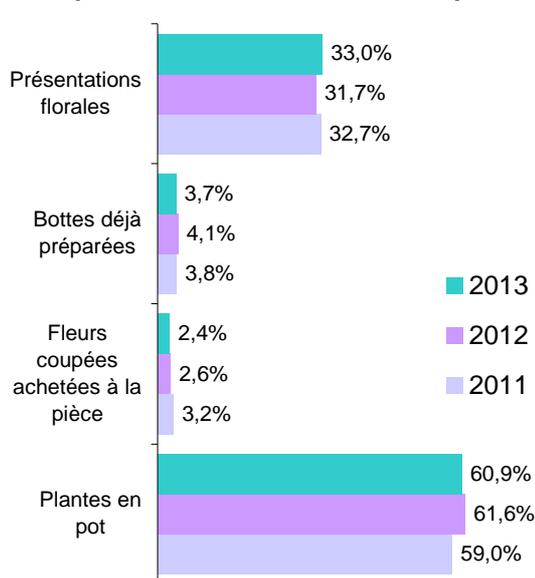
## Evolution des catégories de végétaux achetés

Au sein des plantes en pot, les plantes fleuries représentent l'essentiel des achats pour fleurir les sépultures, elles ont gagné 4 points en volume et 2 points en valeur entre 2011 à 2013.

**Evolution des catégories de végétaux pour le cimetière ou les obsèques (% volume)**

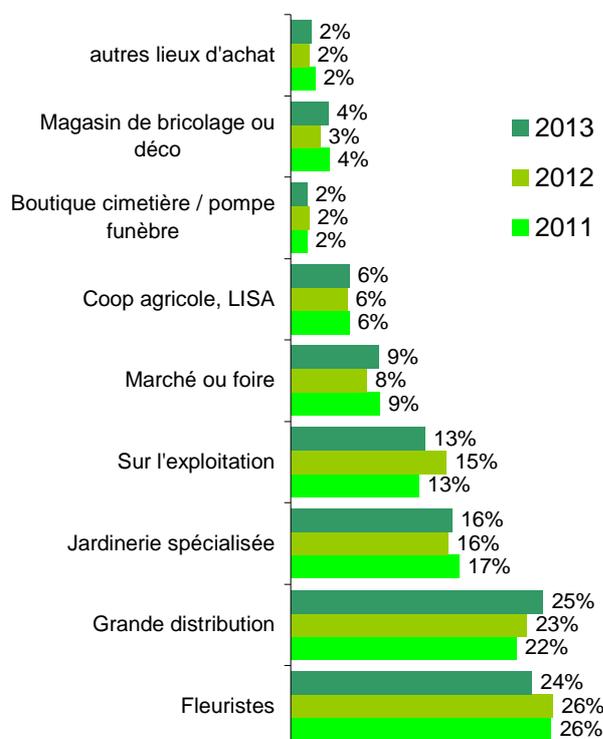


**Evolution des catégories de végétaux pour le cimetière ou les obsèques (% valeur)**

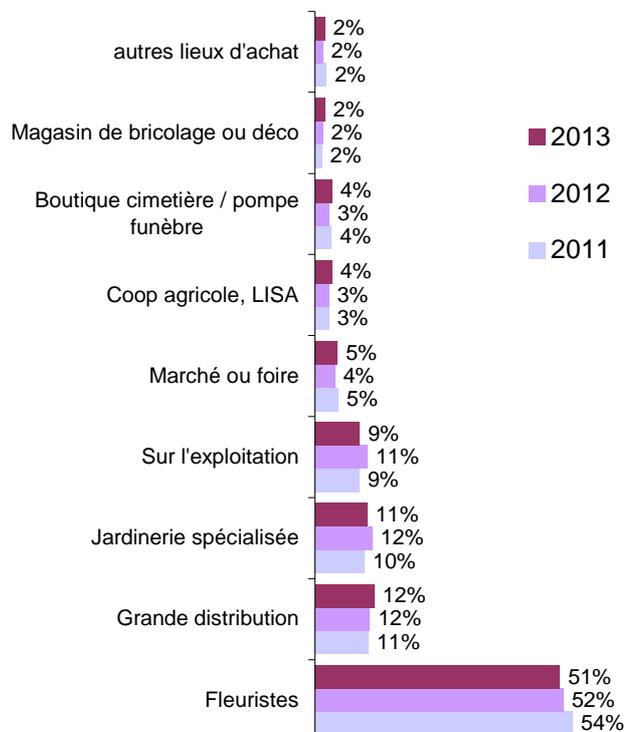


## Lieux d'achat

**Evolution des achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques selon les lieux d'achat (% volume)**



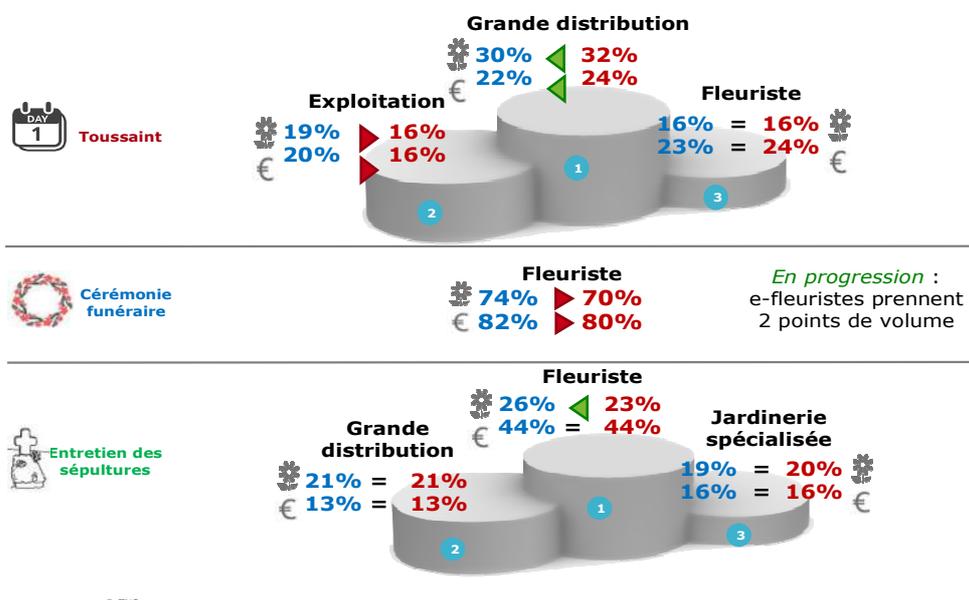
**Evolution des achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques selon les lieux d'achat (% valeur)**



Entre 2011 et 2013, les achats de végétaux pour le cimetière ou les obsèques présentent chez les fleuristes, principal lieu d'achat, une part de marché en retrait de 4 points en volume et de 3 points en

valeur. Cette baisse profite à la grande distribution qui affiche une progression de 3 points en volume et de 1 point en valeur.

A l'occasion de la **Toussaint**, la grande distribution progresse, les distributeurs spécialisés, au mieux maintiennent leur part de marché.



## Modes d'achat

En 2013, pour les achats concernant le cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire, c'est 98 % des quantités achetées et 97 % des sommes dépensées qui sont générées sur le lieu de vente.

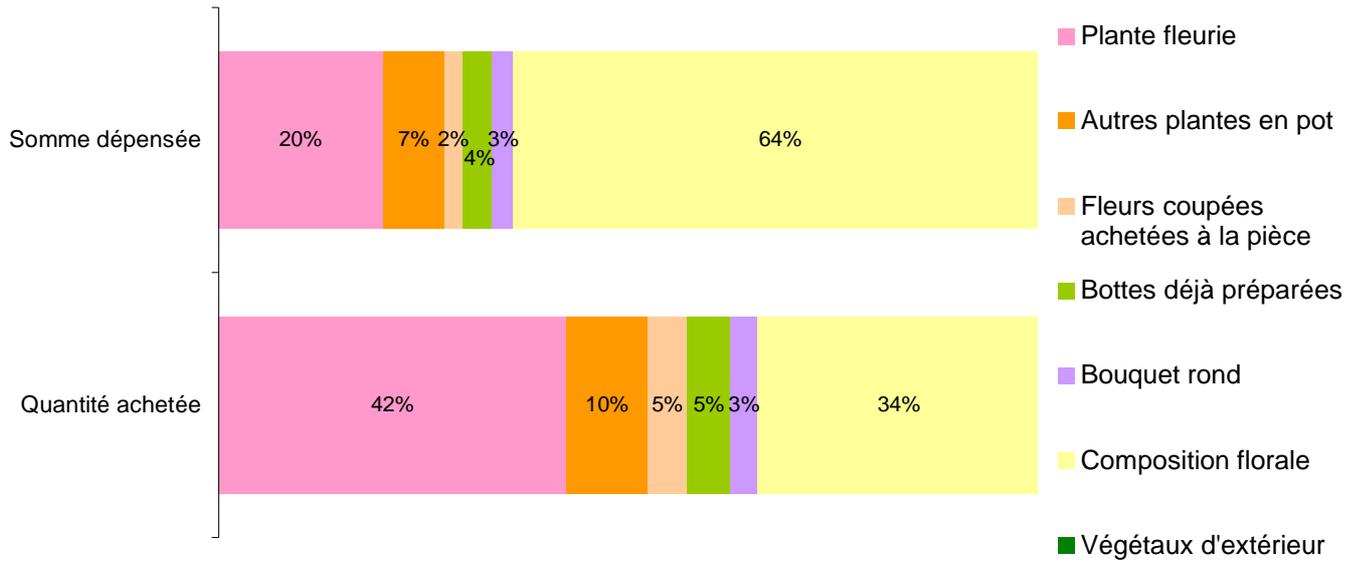
Quant aux achats destinés aux cérémonies funéraires, c'est 88 % des volumes et 83 % des valeurs qui sont réalisés sur le lieu de vente. Les achats par téléphone et par Internet représentent respectivement 5 % et 4 % en volume et 8 % et 5 % en valeur.

## Destination des achats par catégorie

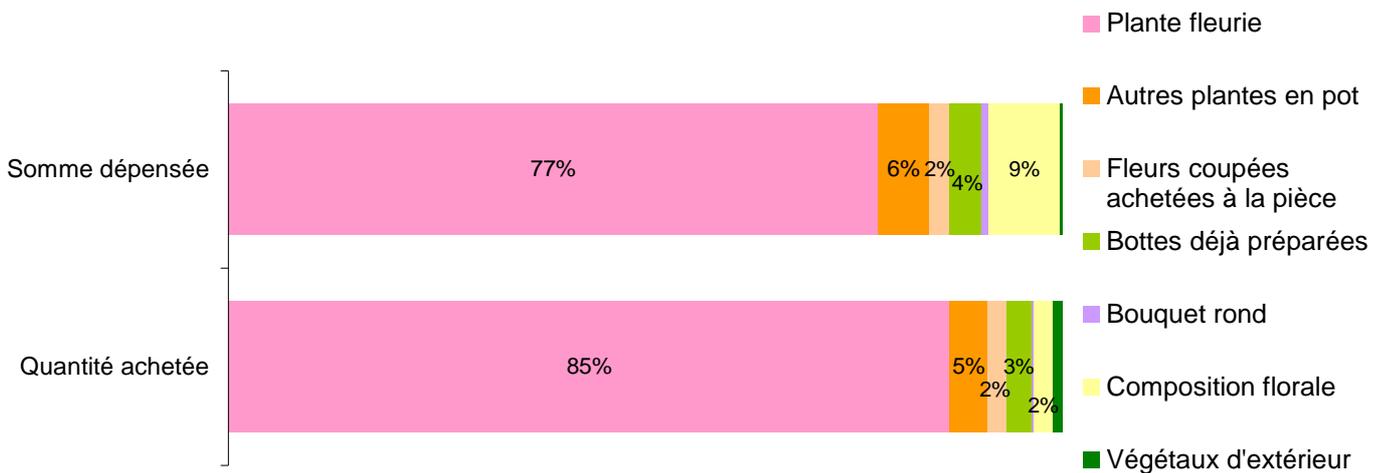
Le marché du cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire représente 89 % des quantités achetées et 60 % des sommes dépensées.

Les achats pour les cérémonies funéraires s'élèvent à quant à eux à 11 % en volume et 40 % en valeur.

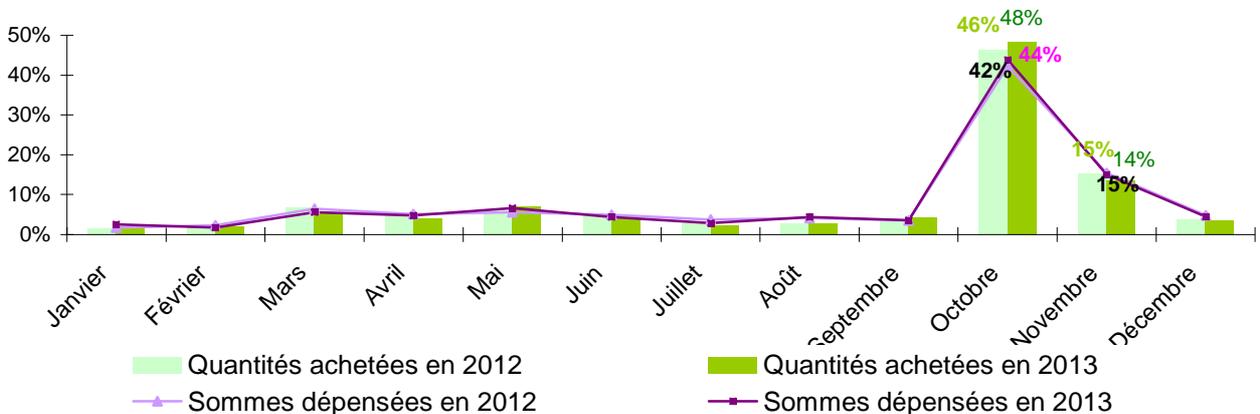
### Répartition des achats de végétaux pour une cérémonie funéraire



### Répartition des achats de végétaux pour le cimetière le jardin du souvenir ou site cinéraire



### Saisonnalité des achats pour le cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire



Par rapport à 2012, sur le cumul octobre et novembre, le marché des achats de végétaux pour le cimetière est en hausse.

## Détail par catégorie de végétaux

### Les plantes fleuries en pot

En 2013, les foyers français ont acheté 51,3 millions de pots de plantes fleuries pour le cimetière et les obsèques pour un montant global de dépenses de 451,9 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une progression des achats en volume de 1,7 % et de 0,5 % en valeur.

- Cérémonie funéraire : 42% des quantités achetées, 20 % des sommes dépensées
- Cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire : 85 % des quantités achetées, 77 % des sommes dépensées

### Lieux d'achat des plantes fleuries en pot selon la destination

Les lieux d'achat des plantes fleuries diffèrent selon leur destination. Pour les obsèques, ces sont les fleuristes qui dominent le marché avec la moitié des quantités achetées et plus des deux tiers des sommes dépensées. En revanche, pour le fleurissement des sépultures, les achats sont répartis sur davantage de lieux d'achat. Si les fleuristes restent leader en sommes dépensées avec 27 % des valeurs, c'est la grande distribution qui domine en quantité avec 28 % des volumes.

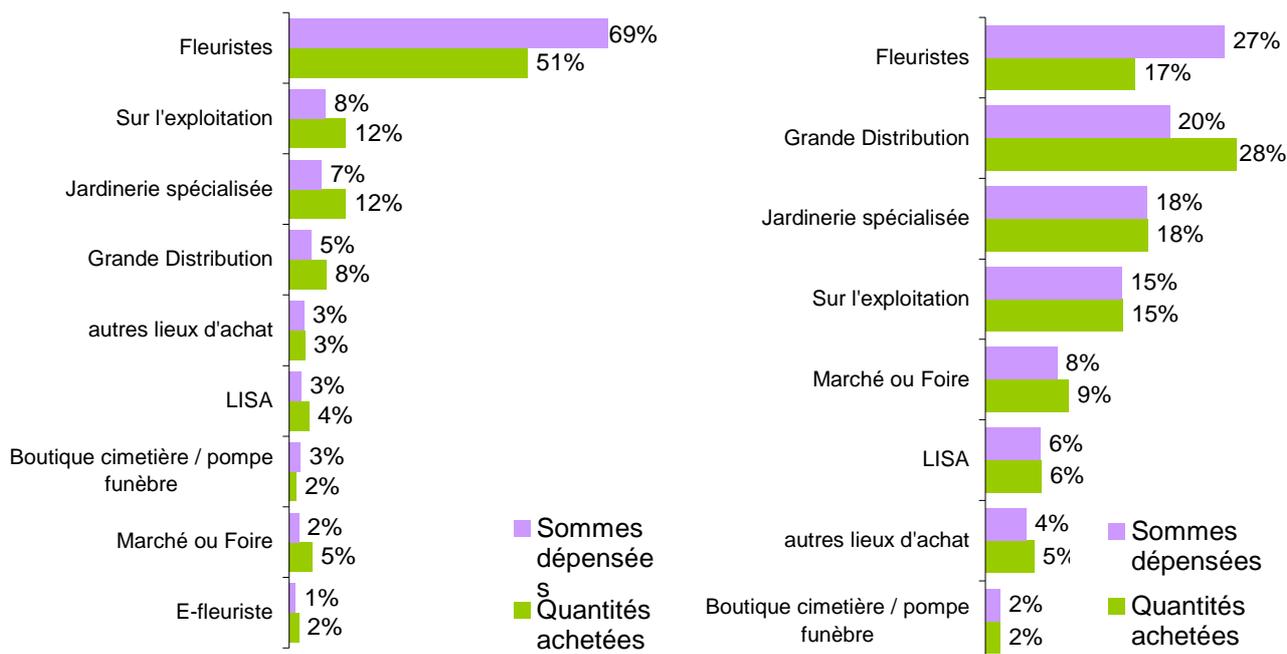
#### Top 3 des lieux d'achat pour les cérémonies funéraires

- les fleuristes : 51 % des volumes et 69 % des valeurs
- sur le lieu d'exploitation : 12 % des volumes et 8 % des valeurs
- les jardinerie spécialisées : 12 % des volumes et 7 % des valeurs %

#### Top 3 des lieux d'achat pour le cimetière

- les fleuristes : 17 % des volumes et 27 % des sommes dépensées
- la grande distribution (grande surface alimentaire et jardinerie d'hypermarché) : 28 % des volumes et 20 % des valeurs
- les jardinerie spécialisées : 18 % tant en volume qu'en valeur

### Lieux d'achat des plantes fleuries pour les obsèques



A l'occasion de la **Toussaint**, le chrysanthème demeure l'espèce la plus achetée mais sa part de marché en 2013 recule au profit d'autres espèces, notamment les cyclamens.

### Les présentations florales

En 2013, les foyers français ont acheté 4,1 millions de présentations florales pour le cimetière et les obsèques pour un montant global de dépenses de 275 millions d'euros. Par rapport à 2012, on observe une baisse des achats en volume de 8 % mais une hausse de 2,4 % en valeur.

- Cérémonie funéraire : 34 % des quantités achetées, 64 % des sommes dépensées
- Cimetière, jardin du souvenir ou site cinéraire : 2 % des quantités achetées, 9 % des sommes dépensées

### Lieux d'achat des compositions florales

Lieux d'achat pour les cérémonies funéraires

- les fleuristes : 76 % des volumes et 82 % des valeurs
- boutique de cimetière ou de pompe funèbre : 5% des volumes et 8 % des valeurs

### Les espèces de fleurs coupées dans les compositions florales à destination d'une cérémonie funéraire

La rose représente l'espèce la plus achetée pour la composition des présentations florales (près de 50 %).





