

KANTAR

Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2020

Avril 2021



Sommaire

Contexte & note méthodologique	3
Les enseignements clés	9
1. Les foyers ont acheté moins de végétaux, mais le budget annuel reste stable	14
1.1 Un taux d'acheteurs stable, mais des quantités moyennes achetées en baisse	15
1.2 Face à la crise, les producteurs résistent bien et progressent en parts de marché	24
1.3 La baisse des quantités moyennes achetées fait progresser la part de « petits acheteurs » de végétaux	32
2. Une baisse du nombre d'acheteurs de végétaux d'intérieur, avec un impact significatif du confinement sur les achats	37
2.1 Le fleuriste demeure de loin le premier lieu d'achat des végétaux d'intérieur en valeur, mais continue de perdre en volumes achetés, au profit de la grande distribution	41
2.2 Malgré une légère baisse, offrir demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur	47
3. Un marché des végétaux d'extérieur stable en valeur, notamment grâce aux végétaux à destination du potager	51
3.1 Sur le marché des végétaux d'extérieur, l'ornement a été le plus affecté par la crise	59
3.2 Une baisse du nombre de foyers ayant acheté des végétaux à destination de balcon ou terrasse durant l'année	65
3.2 Des végétaux à destination du potager portés par les jardinerie, la grande distribution et les producteurs	68
4. Le marché du cimetière a été affecté par la crise, mais le constat est bien différent pour le marché des obsèques	75

Contexte & note méthodologique

L'enjeu est de comprendre l'évolution et les tendances dans le marché du végétal, afin de maintenir la croissance dans un contexte sociétal inédit.



Dans un contexte économique bouleversé par la crise sanitaire et par certaines limitations au commerce, il est important d'établir un bilan annuel des achats et des dépenses effectués par les Français dans les végétaux.

En 2020, avec la mise en place de restrictions de déplacements plus ou moins strictes pendant l'année, et certaines prises de conscience des consommateurs, nous avons assisté à une tendance générale de rapprochement avec la nature, à un retour aux choses simples : les Français sont de plus en plus nombreux à s'intéresser aux végétaux et à l'entretien de leurs espaces de vie, intérieurs comme extérieurs.

41% des Français ont ainsi déclaré que depuis la crise sanitaire, le rôle des végétaux était devenu plus important pour eux (décembre 2020).

Des tendances sociétales montrent également une volonté des consommateurs de favoriser davantage les producteurs et le commerce de proximité, de préférer la qualité à la quantité, déclenchant des nouveaux défis pour certains circuits de vente.

Il est donc utile, dans un contexte sanitaire toujours tendu en 2021, de comprendre quelles sont les tendances d'évolution du marché de végétaux du point de vue des achats des consommateurs, afin d'activer les bons leviers de croissance.

Des résultats issus de sondages réalisés auprès d'un échantillon permanent de foyers représentatifs des résidents en France métropolitaine



Echantillon

- Cette étude a été réalisée à partir du **Panel consommateurs de Kantar : Metaskope**, représentatif des foyers français selon les critères sociodémographiques usuels.
- **7000 foyers interrogés** sur les achats de végétaux d'ornement et les achats de plants potagers, de pommes de terre et plantes aromatiques ou condimentaires



Mode de recueil

- Un double mode depuis 2019 pour tenir compte de l'évolution des comportements et pour bien représenter l'ensemble des foyers
- Une partie de l'échantillon est interrogée online, l'autre partie par voie postale



Dates de terrain

- **Chaque mois** (rétrospectif) dans la vague mensuelle du panel, de janvier à décembre 2020 inclus.

Les analyses du panel consommateurs sont conduites sur 3 niveaux, en segmentant les lieux d'achat en deux grandes catégories d'acteurs

PLUSIEURS 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,

Nous bénéficions en premier lieu d'un **niveau foyer**, et en 2019 le **niveau individu** a été intégré aux analyses, grâce à l'identification des individus ayant effectué des achats au sein de chaque foyer acheteur

LES LIEUX D'ACHAT :

PROFESSIONNELS DU VEGETAL

- Fleuristes
- E-fleuristes
- Service de commande à distance de fleurs ou plantes
- Jardineries
- Coopératives agricoles
- Libre-service agricole
- Sur l'exploitation
- Grainetiers
- VPC

GÉNÉRALISTES

- Hypermarchés, supermarchés et supérettes
- Jardineries d'hypermarchés
- Magasins de bricolage et de décoration
- Marchés et foires
- Autres lieux (solderie, association école, station service, etc.)

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

Note méthodologique : rappel des modifications apportées en 2019



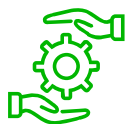
Double mode de recueil : conservation du recueil postal, et **ajout d'un mode de recueil online**



Ajout d'un **niveau individu** pour identifier la personne qui, au sein du foyer, a effectué l'achat, grâce à un identifiant propre à chaque individu du foyer, renseigné dans le questionnaire :



DATE D'ACHAT (JOUR / MOIS) <i>Inscrivez la date si vous la connaissez, sinon continuez le questionnaire</i>		1er achat	
		Jour	Mois
Merci d'indiquer le numéro de la personne du foyer qui a fait l'achat. <i>(le numéro rattaché à chaque membre est en page 1)</i>			



Ajout de **consignes à propos des quantités renseignées**, afin d'améliorer le niveau de précision et la fiabilité des indicateurs du panel.



Veillez à bien déclarer le nombre total que vous avez à l'intérieur du contenant. Ex :

- *Pour UNE barquette de DIX plants de géranium, la quantité à déclarer est 10*
- *Pour UN sac contenant TRENTE oignons de tulipes, la quantité à déclarer est 30*
- *Pour UNE clayette de DOUZE pieds de tomate, la quantité à déclarer est 12*

Par contre pour les sachets ou paquets de graines, merci de déclarer le nombre total de sachets ou paquets de cette espèce / variété.

Si vous ne vous en souvenez plus merci de donner une quantité approximative.



Et modifications/ajouts de libellés dans les listes de réponse:

Modification de **Coopérative / Libre service agricole** (2018) devenu **Libre service agricole** en 2019,

Ajout de : **Assemblage de fleurs piquées dans la mousse** ; **Fleurs séchées** ; **Terrarium** ; **Cadres végétaux** dans les types d'achats.

Note méthodologique générale



- Lorsque le total des pourcentages ne fait pas 100, cela provient soit de réponses multiples, soit des arrondis effectués sur les pourcentages (dans ce cas, la somme des pourcentages est égale à 99 ou à 101).



- Le terme **acheteur** mentionne ici quelqu'un qui a fait au moins un achat de végétaux dans l'année de référence. Une quantité achetée mentionne ici un végétal, fleur, bouquet, un sachet de graines... acheté.



- Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.

Éléments de contexte sur les restrictions :

› Première période de confinement :

du 17 mars au 11 mai 2020

Fermeture de nombreux lieux de vente, et dans les lieux de vente encore ouverts des mesures restrictives sur la vente d'achat non essentiels.

› Seconde période de confinement :

du 30 octobre au 15 décembre 2020

Fermeture plus souple des lieux de vente, jardinerie ouverte.

Les enseignements clés

Les enseignements clés en 2020 : global



Ensemble des
végétaux

1

Les foyers ont acheté moins de végétaux, mais le budget annuel reste stable



- En 2020, **75% des foyers ont acheté au moins un végétal**, contre 76% en 2019. Cela représente 21,1M de foyers. Au niveau individu c'est plus de la moitié (55%) des Français de 18 ans et plus qui ont effectué au moins un achat de végétaux dans l'année.
- Le budget moyen des foyers reste stable, mais les quantités moyennes achetées sont en baisse de 2 végétaux en moyenne, passant ainsi de 31,9 et 29,7.
- L'ensemble du marché a été affecté par la crise sanitaire et surtout par le **premier confinement**, avec des volumes en baisse de 10% par rapport à 2019 et des sommes dépensées en baisse de 6%. Lors de l'allègement des mesures de restriction, le marché a profité d'un effet de **rattrapage en valeur**, porté par les **végétaux d'extérieur** (payés en moyenne à des prix plus élevés), mais **pas en volumes**.
- Les **végétaux d'extérieur** constituent toujours l'essentiel des volumes, et leur poids est en augmentation en valeur suite à la diminution du **marché des végétaux d'intérieur**. Ce dernier a le plus souffert de la crise, ainsi que le **marché du cimetière**. Le **marché des obsèques** a lui en revanche connu un regain de 14% sur les sommes dépensées.
- Au niveau des lieux d'achats, les **producteurs** et la **vente par correspondance** sont les seuls à avoir progressé en volumes et en valeur.
Les **fleuristes** ont réussi à maintenir globalement leur niveau en sommes dépensées, mais les **jardineries, marchés et magasins de bricolage** ont été très affectés.

Les enseignements clés en 2020 : intérieur

2 Le fleuriste demeure de loin le premier lieu d'achat des végétaux d'intérieur en valeur, mais continue de perdre en volumes achetés, au profit de la grande distribution.



- Le marché des végétaux d'intérieur a **souffert de la crise sanitaire** : il est en baisse de 12% en volumes achetés et 11% en sommes dépensées. Le premier confinement a eu un impact significatif sur le marché, et l'effet de rattrapage qui a suivi a été assez limité.
- **52% des foyers français ont acheté un ou plusieurs végétaux d'intérieur**, un chiffre en baisse de 3 points par rapport à 2019. Le budget moyen lui reste stable : 58,2€. Au niveau individu, c'est plus d'un tiers des Français de 18 ans ou plus qui en ont acheté.
- En taux de fréquentation, la **grande distribution** rejoint désormais les **fleuristes**, et renforce par la même occasion sa part de marché en volume. En revanche, en valeur les **fleuristes** restent en tête et de loin. Au global de l'année, **ils ont réussi à rester stable en sommes dépensées** par les consommateurs.
- Malgré une légère baisse liée aux restrictions sanitaires et aux mesures barrières, **offrir** demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur : cela représente **53% des quantités achetées** de végétaux d'intérieur, et **70% des sommes dépensées**.

Les enseignements clés en 2020 : extérieur



Végétaux
d'extérieur

3

Un marché des végétaux d'extérieur stable en valeur, notamment grâce aux végétaux à destination du potager.



- Le marché a connu un recul de 10% sur les volumes vendus au cours de l'année, mais les sommes dépensées sont stables, grâce à une augmentation du budget moyen dédié aux végétaux d'extérieur. Cela est très lié à la **période suivant le premier confinement**, où le marché a connu un **net regain en valeur** (des végétaux achetés à des prix plus élevés).
- Les **végétaux d'extérieur**, dont potager inclus, ont été achetés par **55% des foyers français**. 44% des ménages ont acheté des végétaux d'ornement (-2 points vs 2019), et 36% des végétaux à destination du potager (stable).
- Le marché du potager a été le moins touché par la crise, et a permis à l'ensemble du marché de l'extérieur de rester relativement stable en 2020. Les **végétaux à destination du potager n'ont pas souffert des périodes de confinement**, ce qui est notamment dû au fait qu'ils étaient plus disponibles à l'achat, et en grande surface pendant le premier confinement. Pour l'ornement, le constat est un peu différent mais la part de foyer acheteurs a augmenté suite au premier confinement ce qui montre un **réel engouement de la part des Français**.
- Sur les lieux d'achats, les **jardineries** ont reculé, à la fois en fréquentation et en sommes dépensées. En revanche, les **producteurs** s'en sont très bien sortis à tous les niveaux. En fréquentation, les **marchés** ont aussi été affectés, au profit de la grande distribution.

Les enseignements clés en 2020 : cimetière & obsèques

4 Le marché du cimetière a été affecté par la crise, mais le constat est différent pour le marché des obsèques.



- **28% des foyers français ont acheté un végétal pour le cimetière**, un chiffre en baisse de 5 points par rapport à 2019.
- Le **marché du cimetière** a été affecté, une perte de -11% en volumes et -12% en sommes dépensées. **La grande distribution** reste en tête en volumes achetés, bien qu'en baisse de -14% elle réussit néanmoins à conserver des parts de marché conséquentes. Les **fleuristes** sont aussi en baisse en volumes, mais conservent leur première place sur les sommes dépensées.
- **10% des foyers** on fait un achat de **végétaux pour les obsèques**. Ce segment de marché s'est mieux porté : assez stable en volumes (-2%) et en progression en sommes dépensées (+14%), grâce à une augmentation significative du budget moyen.
- Les **achats via les services de commande à distance ont doublé**, et les sommes dépensées affichent une hausse de 59% : la possibilité de pouvoir offrir directement ces végétaux ayant été limitée au cours de l'année (limitation du nombre de participants aux obsèques), il est naturel d'observer une hausse des achats de commande à distance. La grande distribution a également très bien performé sur les sommes dépensées. Les fleuristes enregistrent aussi une hausse et confirment leur prédominance sur ce marché des obsèques.

1

Les foyers ont acheté moins de végétaux, mais le budget annuel reste stable.

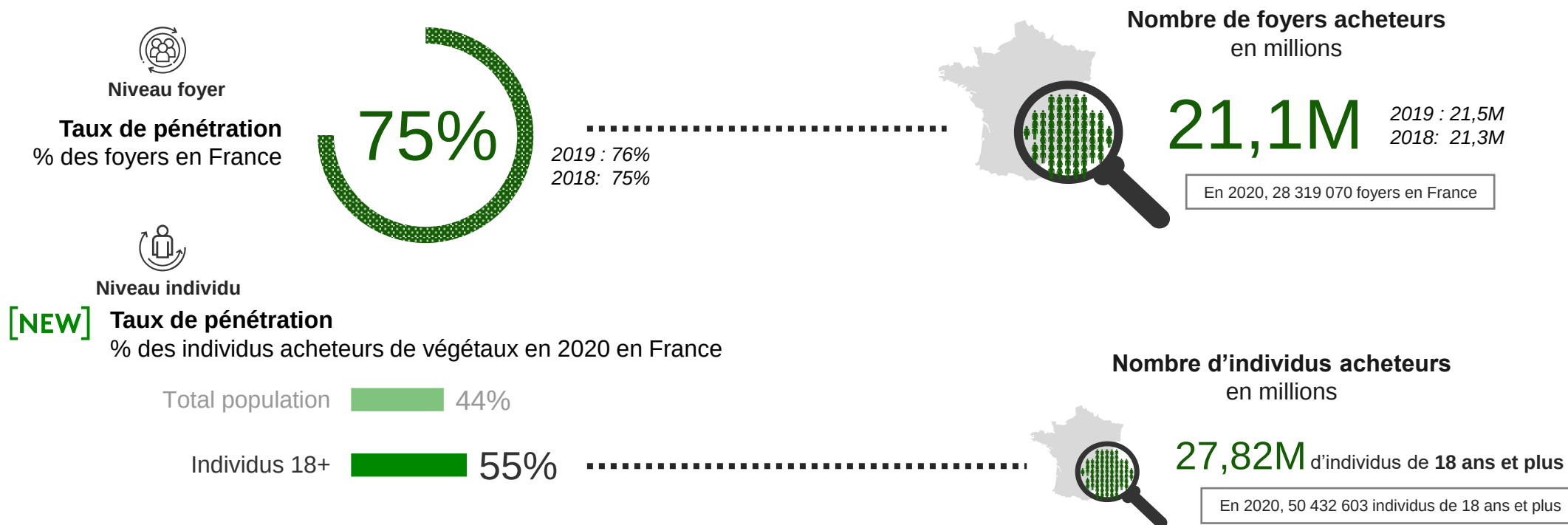
1.1

Un taux d'acheteurs stable, mais des quantités moyennes achetées en baisse.



Malgré la crise sanitaire traversée tout au long de l'année, la part de foyers acheteurs de végétaux reste stable : 3 foyers sur 4 en ont acheté en 2020. Tous les membres du foyer n'achètent pas de végétaux : 55% des individus en ont acheté au cours de l'année

ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ORNEMENT ET POTAGER)



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : Ensemble des foyers (7000)

En moyenne, les foyers ont acheté environ deux végétaux de moins par rapport à 2019, tout en conservant le même budget.

Budget moyen et quantité moyenne achetée

	2018	2019	2020
 Quantité moyenne par foyer acheteur	29,9	31,9	29,7
 Budget moyen par foyer acheteur	114,9 €	112,6 €	112,8 €
 Soit en prix moyen par végétal	3,8 €	3,5 €	3,8 €

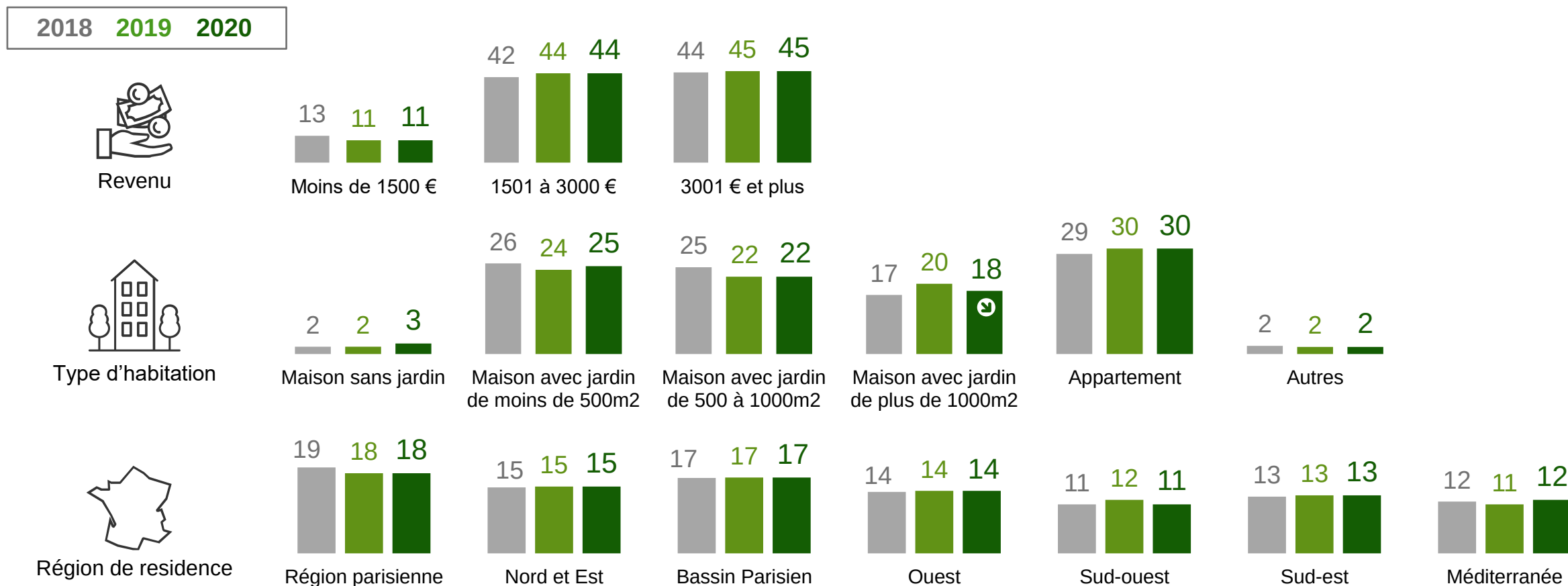
Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5216). Ensemble des végétaux



Ensemble des
végétaux

Les répartitions des sommes dépensées par profil restent stables, même si le poids en valeur des foyers détenteurs de grands jardins est en légère baisse.

Répartition des sommes dépensées selon le profil du foyer (en valeur %)



Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5216). Ensemble des végétaux

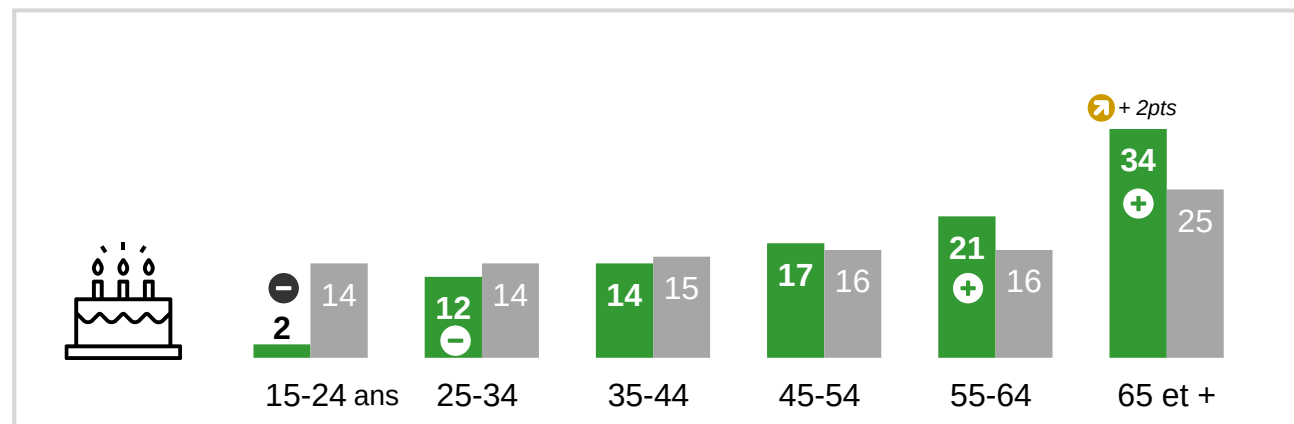
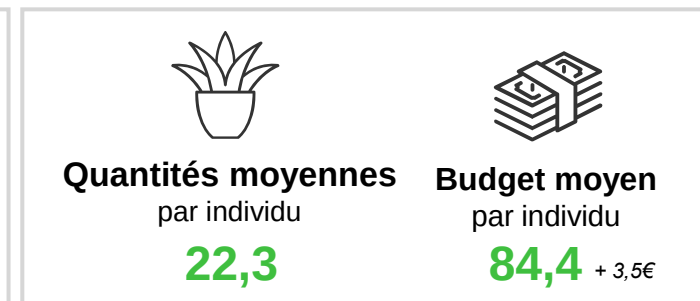
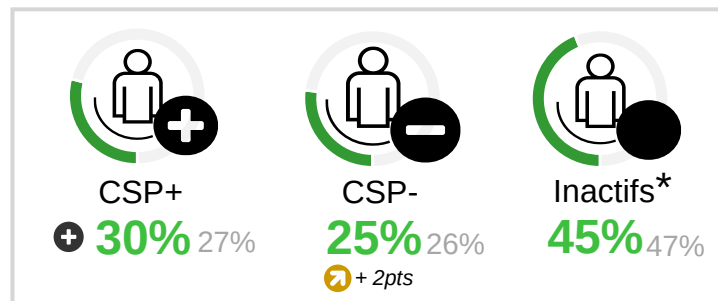
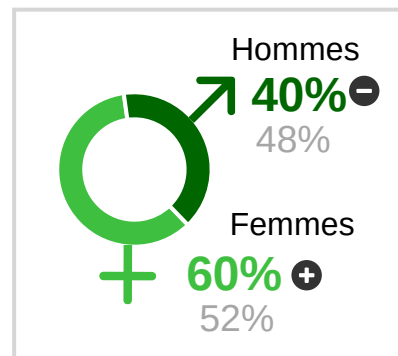
Significativement supérieur/inférieur à 2019



Ensemble des végétaux

Le profil des individus achetant des végétaux est plus féminin et plus senior que celui de l'ensemble de la population. La part de ces derniers et des PCS- est en hausse en 2020.

Profil des individus acheteurs de végétaux (en % d'individus)



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux (6967)

*La catégorie inactif regroupe les individus sans profession, dont les étudiants mais aussi les retraités

+ - Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population

+ - Significativement supérieur/inférieur à 2019

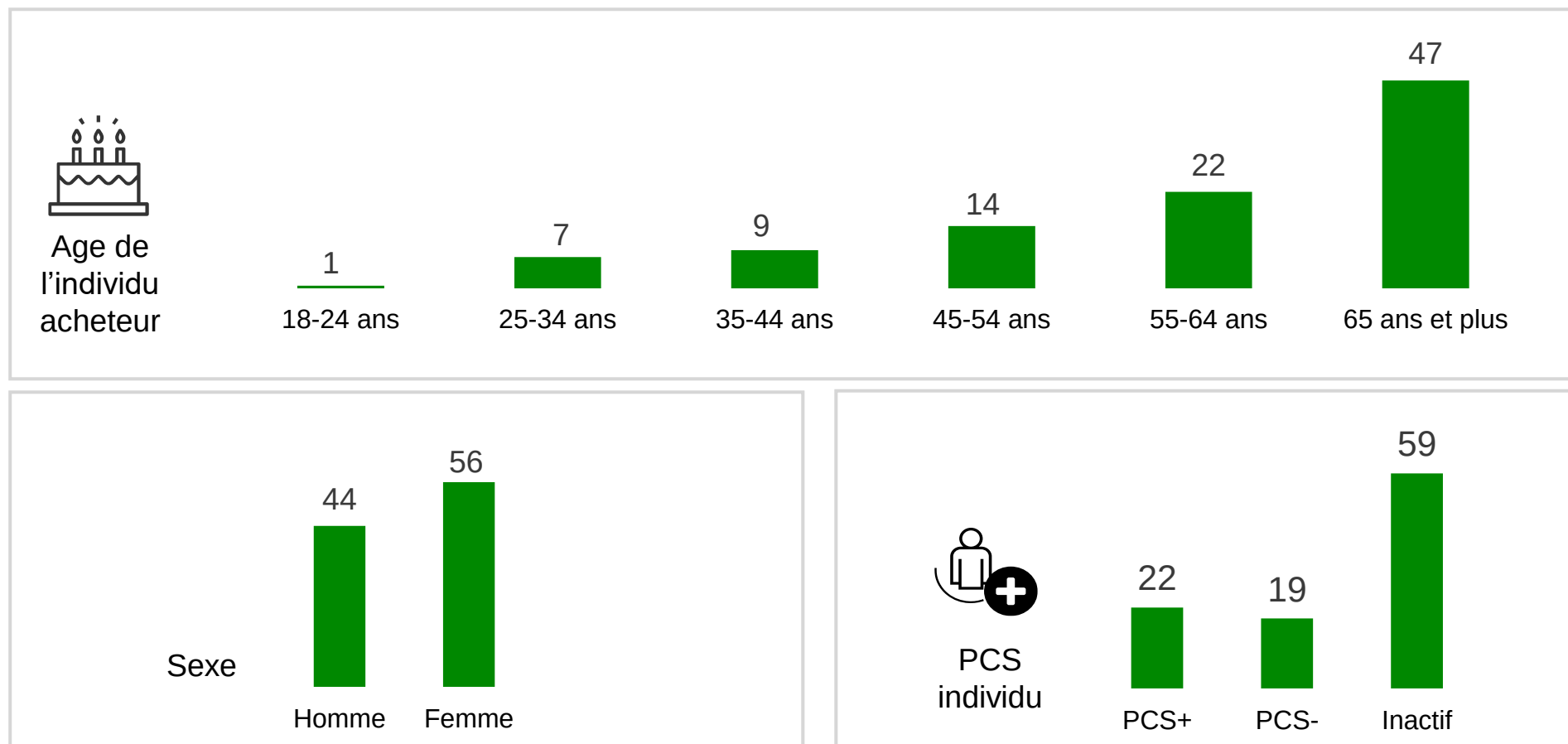
[NEW]

Le poids des individus de 55 ans et plus constitue la grande majorité des sommes dépensées, tout comme le poids des inactifs.



Ensemble des
végétaux

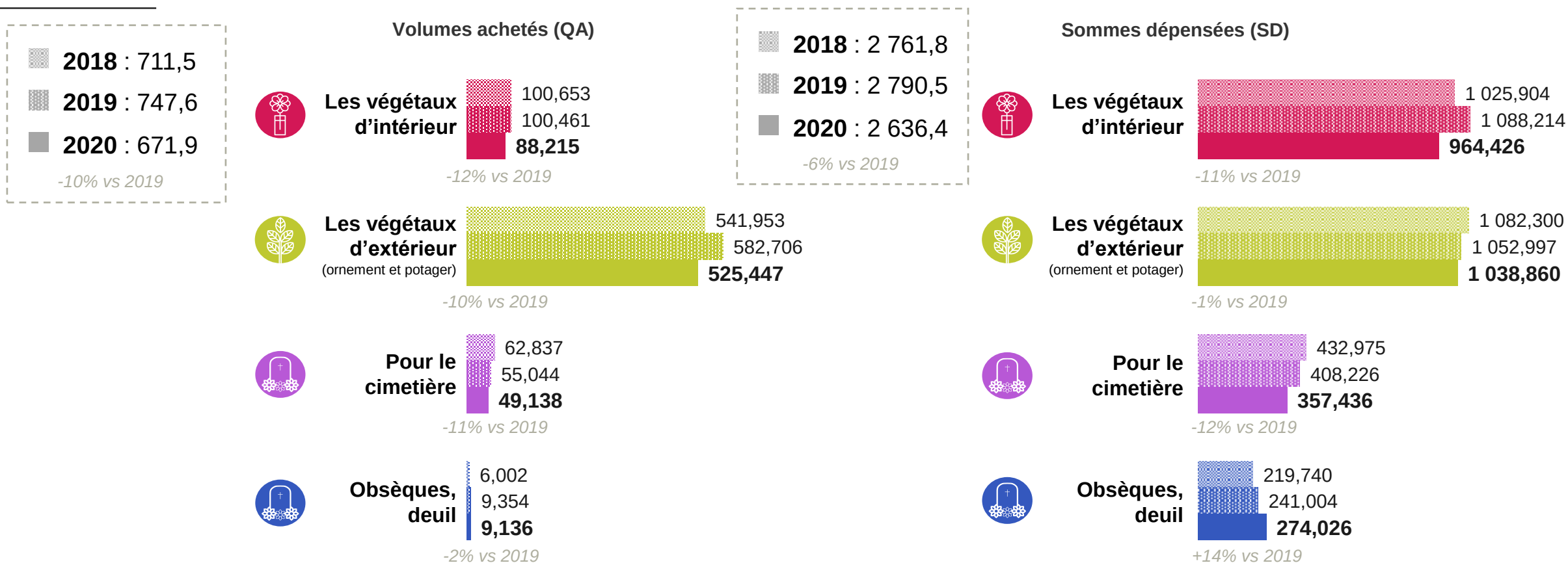
Répartition des sommes dépensées selon le profil (en valeur %)



Base : acheteurs de végétaux de 18 ans ou plus

[NEW] Le marché des végétaux subit un recul généralisé surtout en volumes achetés, sauf pour le marché des obsèques - en progression - et celui des végétaux d'extérieur, qui reste plutôt stable en valeur.

Volumes des différents marchés (en millions)



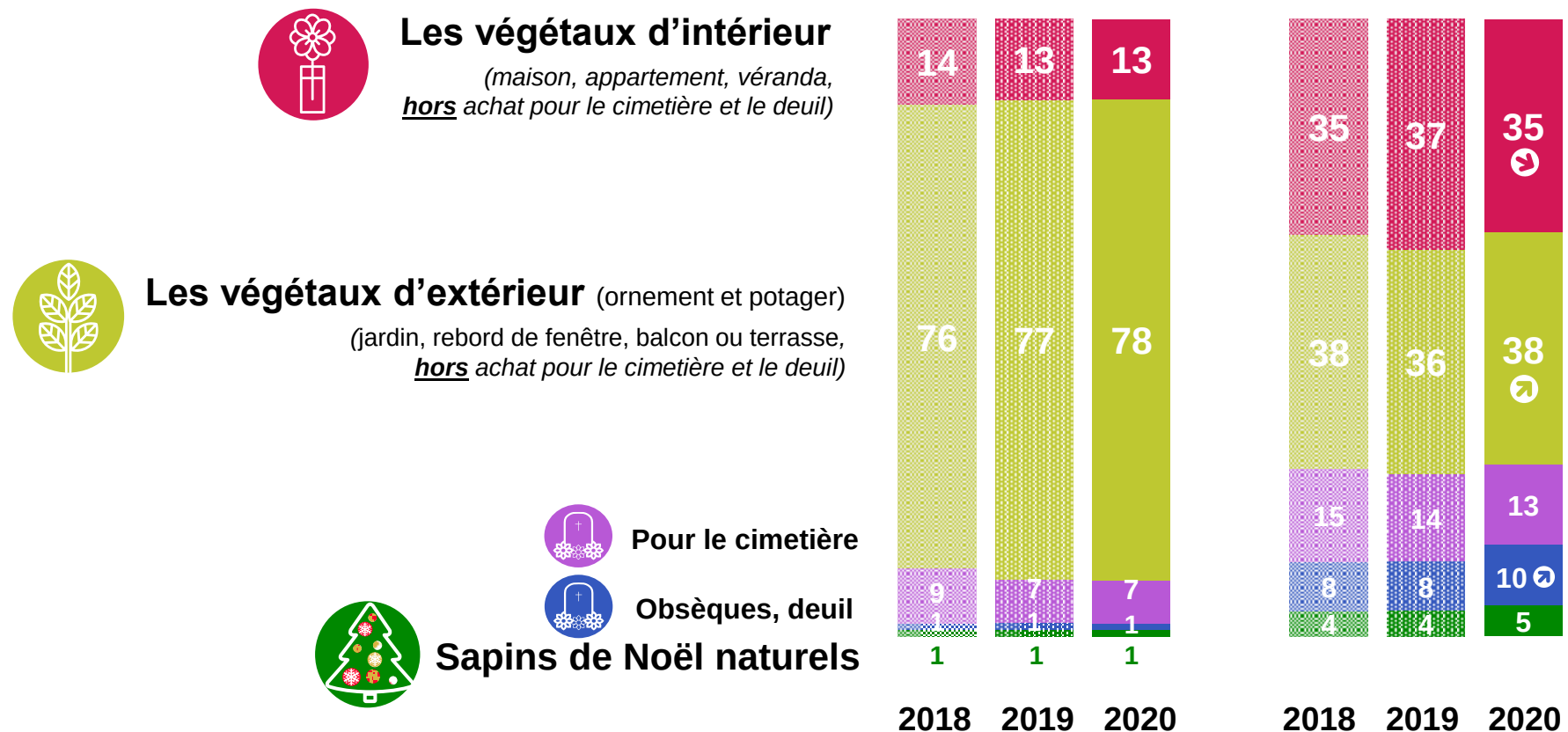
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.

En volume, le poids des différents marchés reste stable, mais en valeur celui des végétaux d'extérieur est en hausse en 2020, au détriment des végétaux d'intérieur.



Ensemble des végétaux
+ Sapins de Noël

Poids des différents marchés

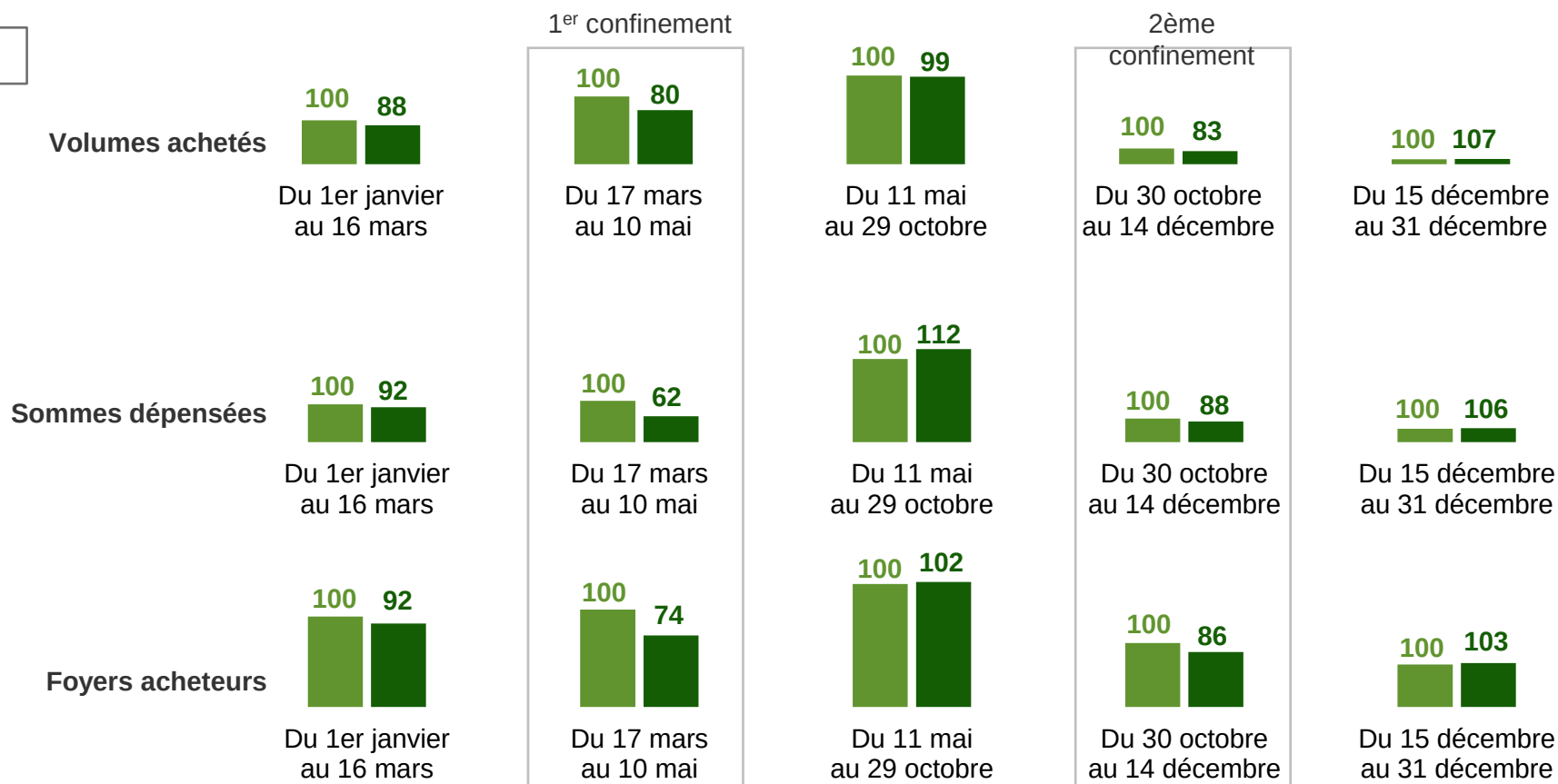


Base : ensemble des végétaux + sapins de Noël naturels

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] La baisse du marché est principalement le résultat de l'impact du premier confinement, qui a suivi un début d'année déjà en deçà des attentes. A l'allègement des restrictions, le marché a profité d'un effet de rattrapage en valeur, mais pas en volume.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux

1.2

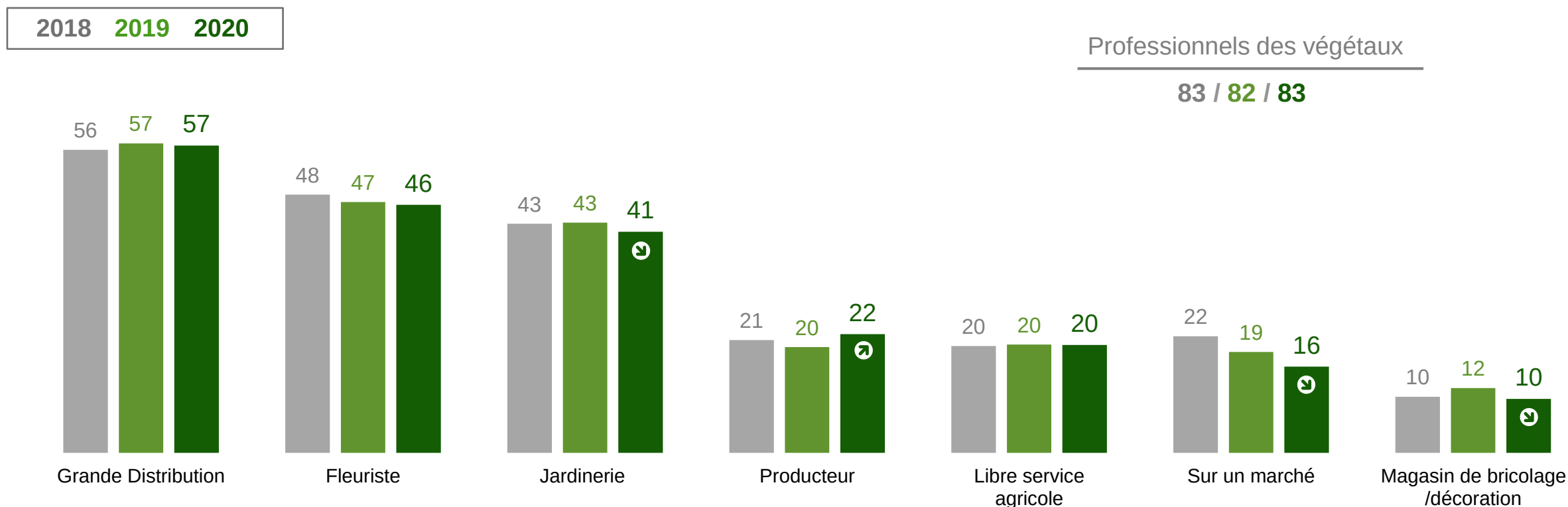
Face à la crise, les producteurs résistent bien et progressent en parts de marché.



Ensemble des
végétaux

La grande distribution demeure le 1er circuit d'achat fréquenté. La fréquentation progresse chez les producteurs, au contraire des jardineries, des marchés (en constant recul) et des magasins de bricolage.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers



Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) / 5216

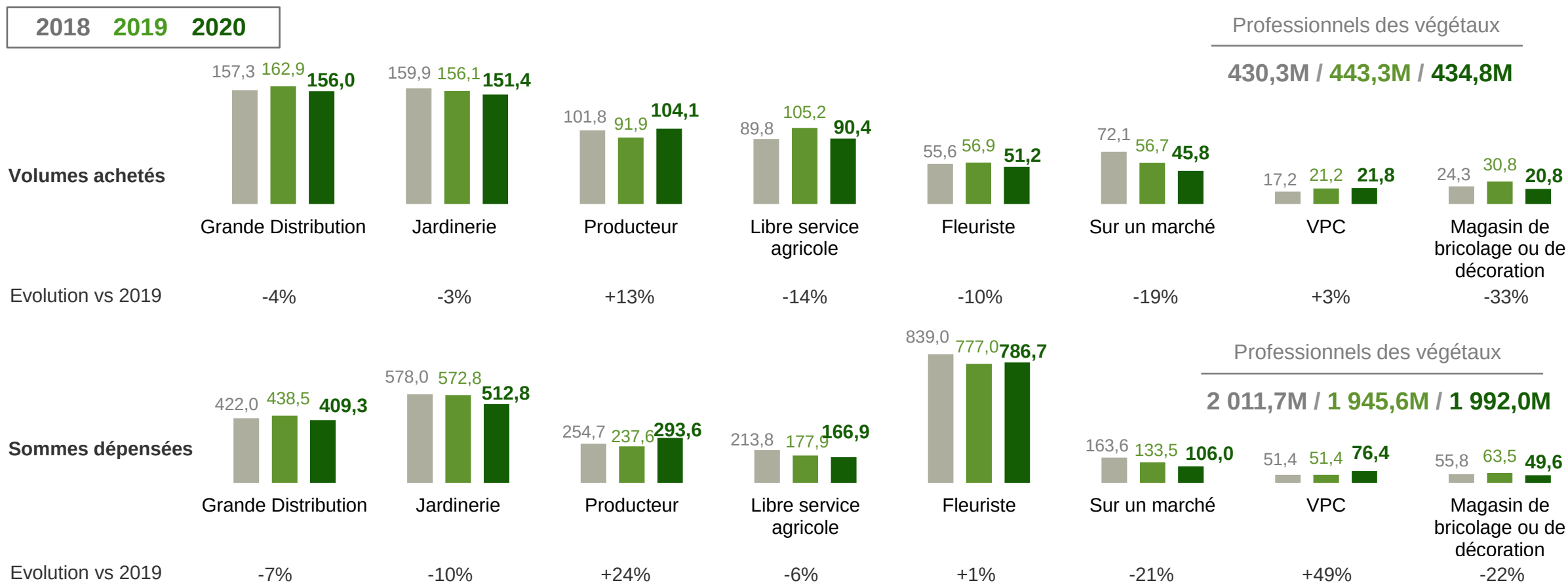
Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] Les producteurs sont les seuls à avoir progressé en volume et en valeur (avec la VPC).
Les fleuristes se sont maintenus au niveau des sommes dépensées.



Ensemble des végétaux

Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (en millions)



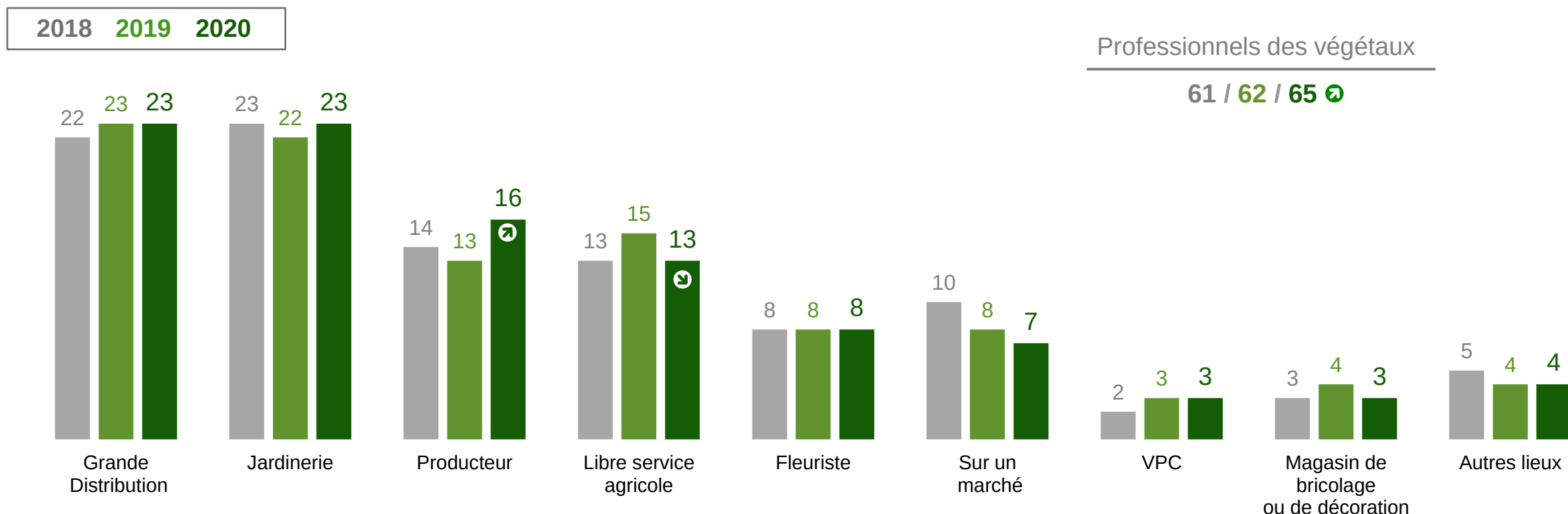
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux



Ensemble des
végétaux

En volume, la grande distribution et les jardineries détiennent équitablement quasiment la moitié du marché. Les libre-services agricoles reculent au niveau de 2018, au profit des producteurs qui gagnent une part significative du marché.

Part de marché des lieux d'achat en % volume



Base : ensemble des végétaux

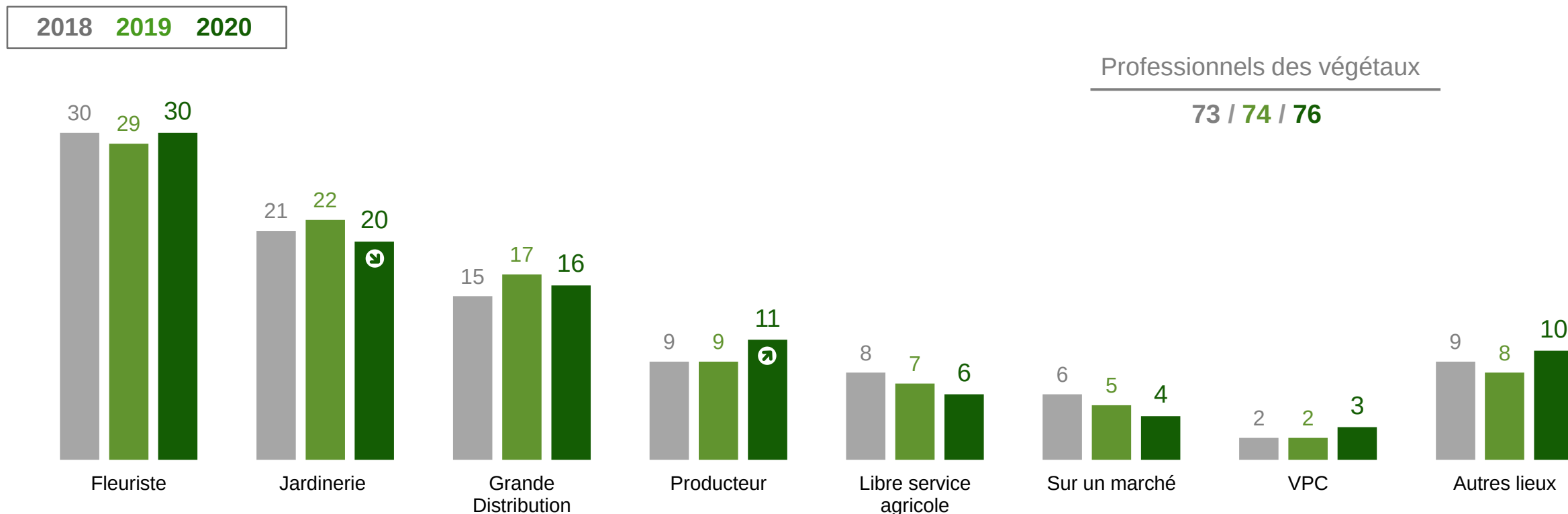
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019



Ensemble des
végétaux

En valeur, les professionnels des végétaux détiennent plus de trois quarts du marché. Le fleuriste reste le 1^{er} circuit. La part des jardinerie diminue au profit des producteurs.

Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : ensemble des végétaux

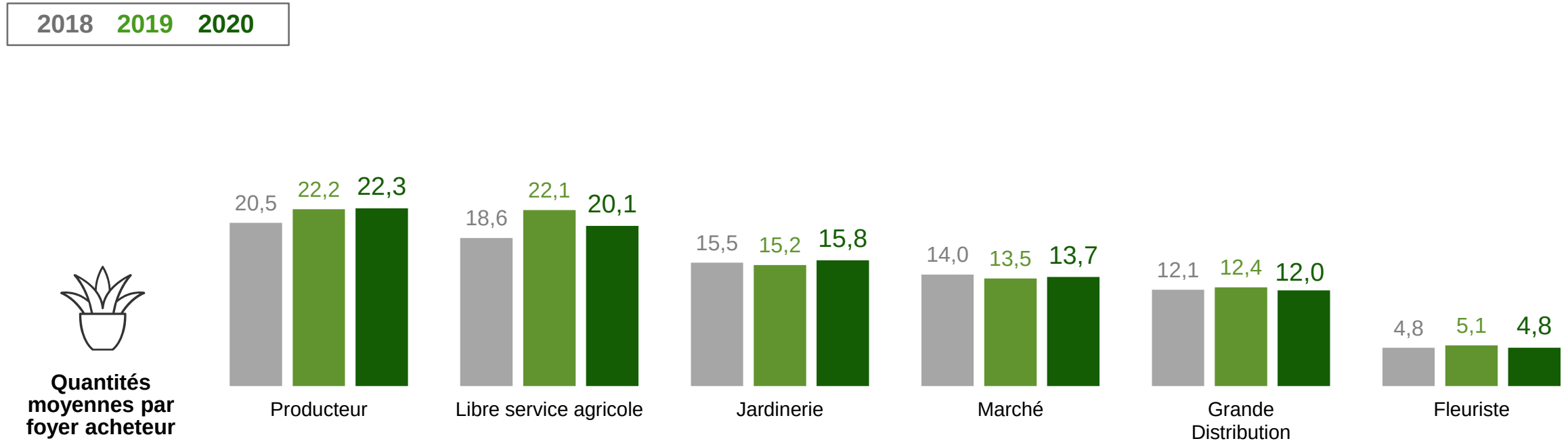
Significativement supérieur/inférieur à 2019



La quantité moyenne achetée par circuit reste globalement stable. Seul le niveau auprès des libre-services agricoles tend à reculer, après l'augmentation significative de l'année précédente.

Ensemble des végétaux

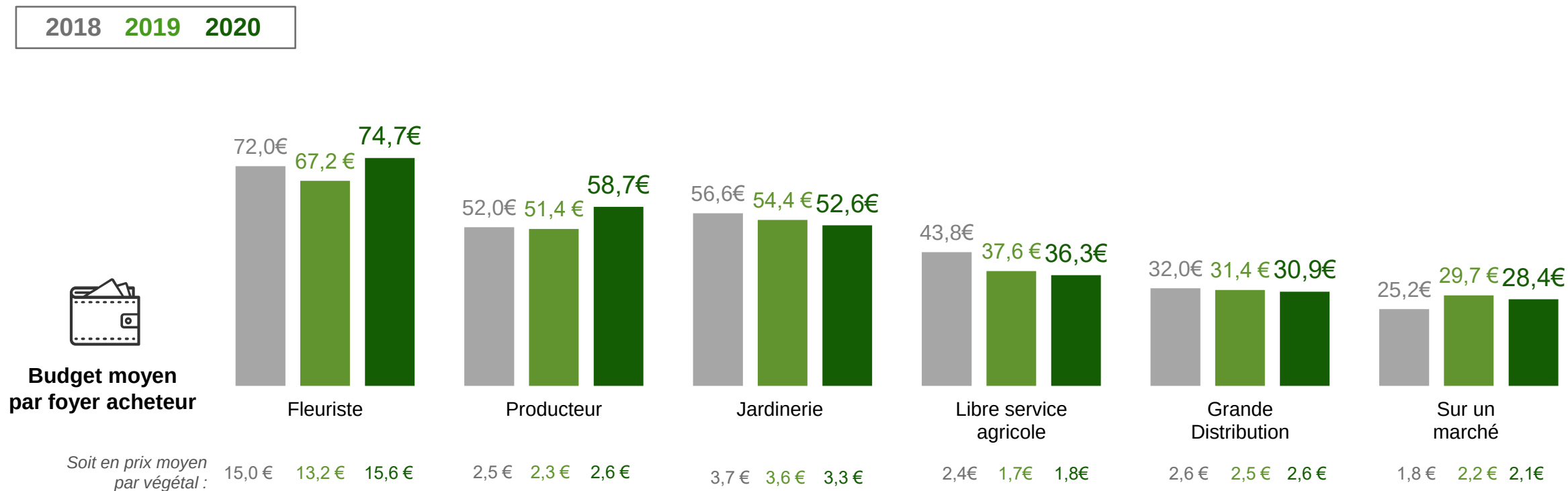
Quantités achetées en moyenne par foyer acheteur dans le circuit



Base : ensemble des acheteurs de végétaux dans chaque canal (ornement ou potager)

La somme dépensée en moyenne chez les fleuristes et les producteurs connaît une importante progression.

Sommes dépensées en moyenne par foyer acheteur dans le circuit



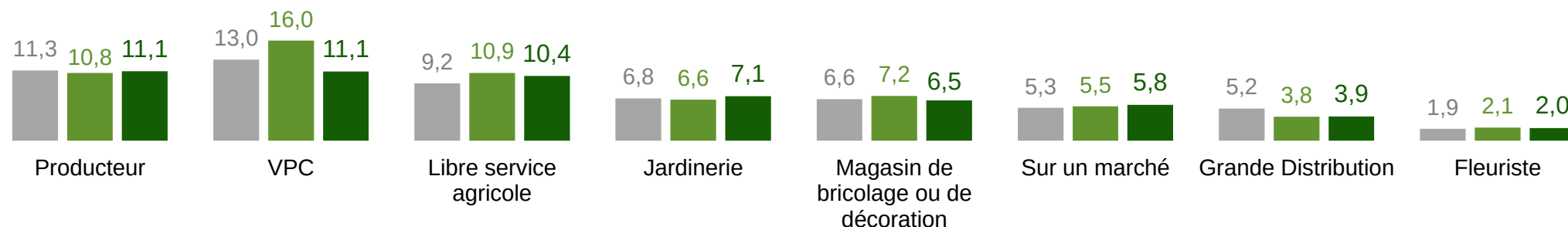
Base : ensemble des acheteurs de végétaux dans chaque canal (ornement ou potager)

[NEW] Par achat, le panier moyen est plus élevé en quantité chez les producteurs, les libre-services agricoles et par correspondance, qui profite aussi du panier le plus élevé en valeur, suivi par les fleuristes et les producteurs.

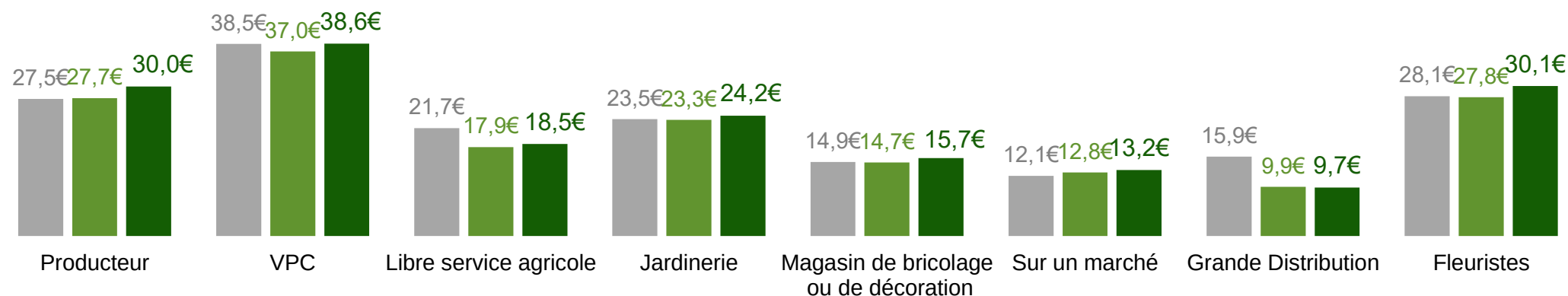
Paniers moyens par foyer acheteur par achat

2018 2019 2020


Panier moyen par foyer acheteur
En volume




Panier moyen par foyer acheteur
En valeur



Base : ensemble des acheteurs de végétaux sur chaque canal (ornement ou potager)

1.3

La baisse des quantités moyennes achetées fait progresser la part de « petits acheteurs » de végétaux.





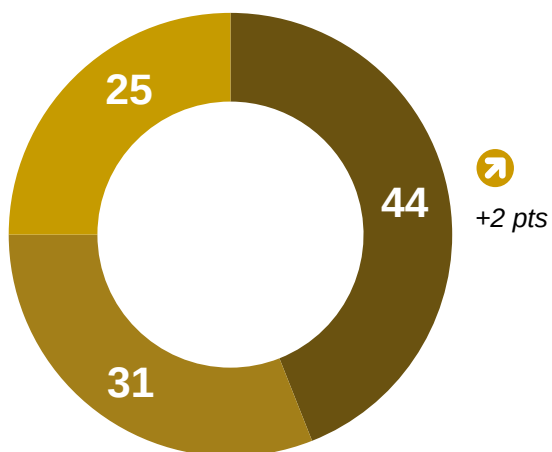
Ensemble des
végétaux

La baisse de la quantité moyenne achetée par foyer fait légèrement augmenter la part des petits acheteurs. Pas de changements dans la répartition en quantités achetées et en sommes dépensées.

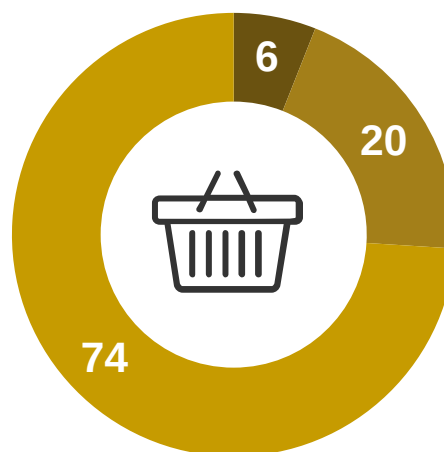
Indicateurs pénétration, volume et valeur

-  **Petits acheteurs** (1 à 10 végétaux)
-  **Moyens acheteurs** (11 à 36 végétaux)
-  **Gros acheteurs** (37 végétaux ou plus)

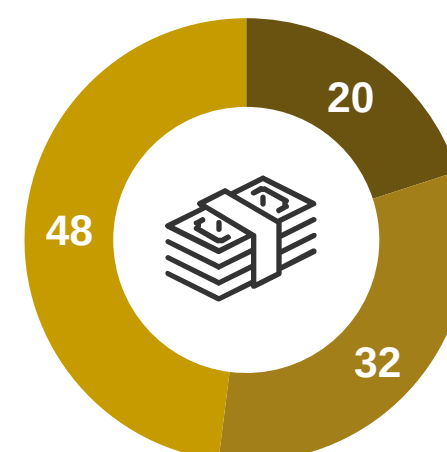
Répartition des Acheteurs (foyer)



Répartition des quantités achetées



Répartition des sommes dépensées



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2283), moyens (1629), gros (1304)

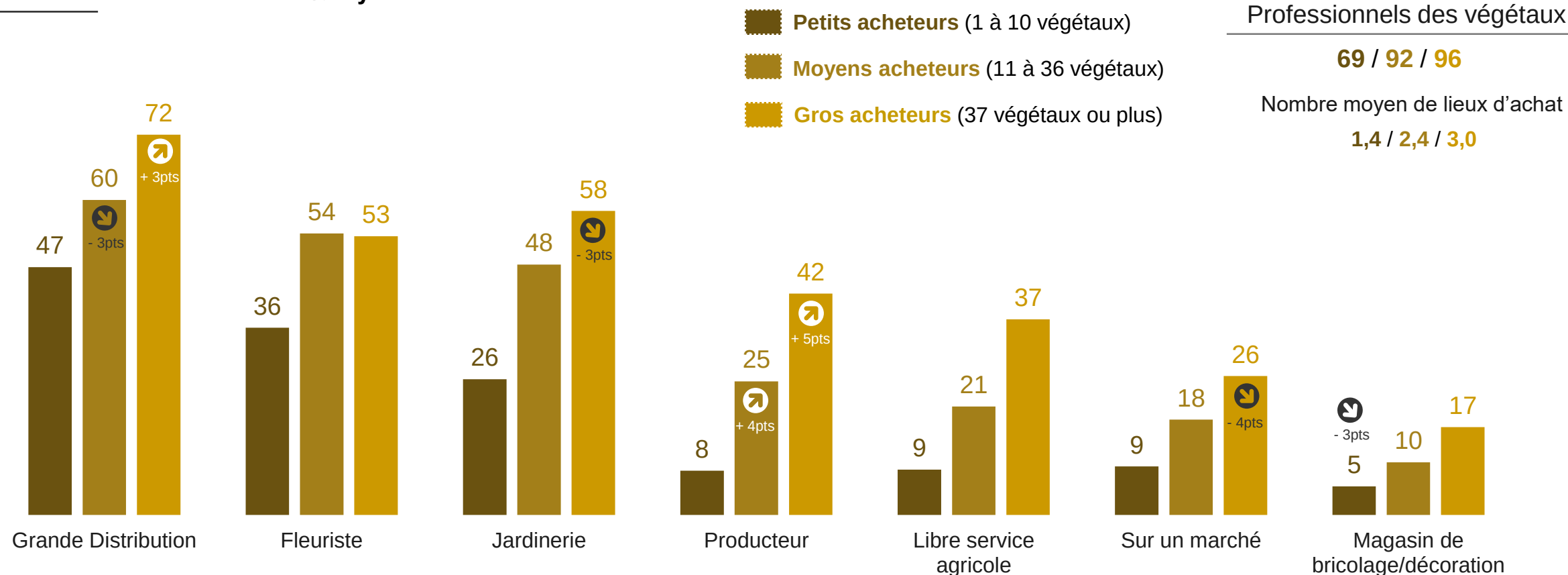
  Significativement supérieur/inférieur à 2019



Ensemble des
végétaux

La fréquentation des jardineries et des marchés par les gros acheteurs est en baisse, au profit de la grande distribution et des producteurs. Les moyens acheteurs fréquentent également davantage les producteurs, au détriment de la grande distribution.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers acheteurs



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2283), moyens (1629), gros (1304)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019



Ensemble des végétaux

La grande distribution est le 1^{er} circuit en volume, avec les jardineries pour les gros acheteurs. Les producteurs progressent chez les gros acheteurs. Chez les petits acheteurs, les jardineries et les libres-services agricoles reculent au profit de la grande distribution.

% Volume

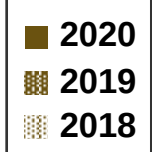
PETITS ACHETEURS



MOYENS ACHETEURS



GROS ACHETEURS



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2283), moyens (1629), gros (1304)

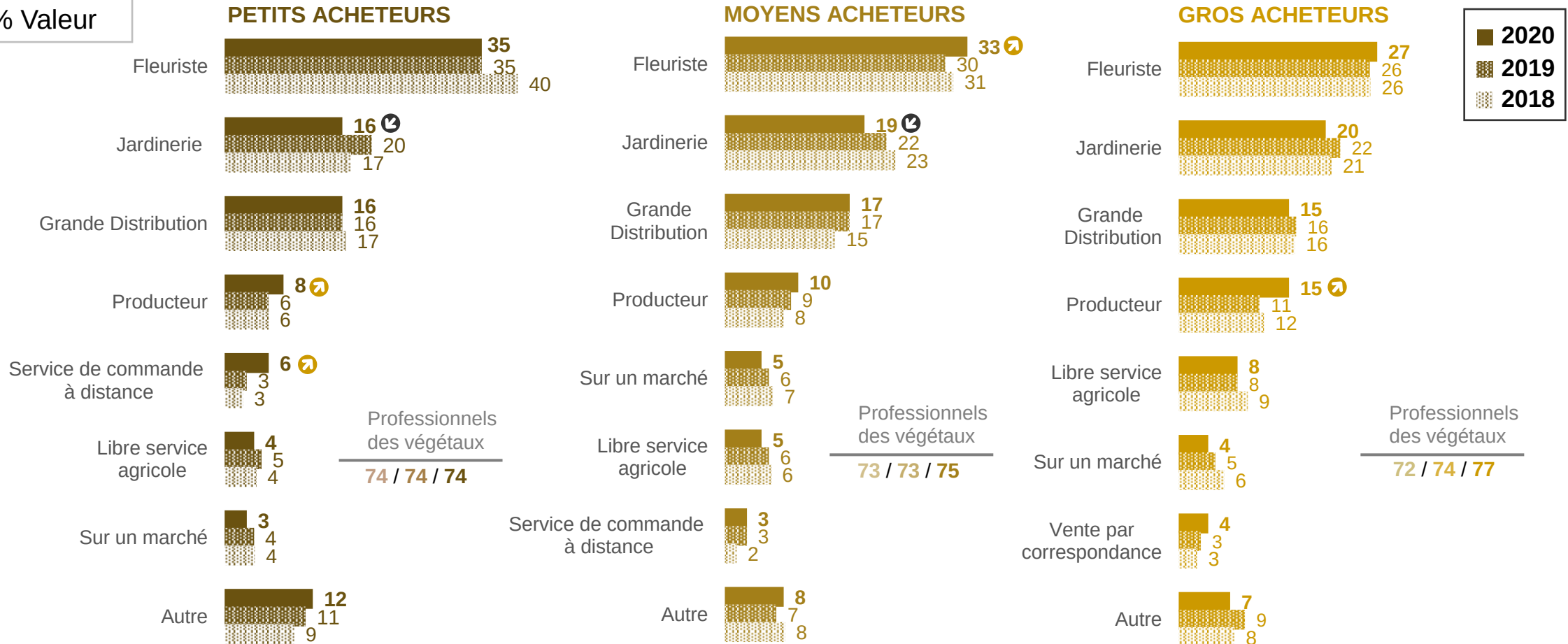
Significativement supérieur/inférieur à 2019



Ensemble des végétaux

En valeur, le fleuriste reste le 1er circuit quel que soit le type d'acheteurs. Les jardinerie reculent chez les petits et moyens acheteurs. Les producteurs profitent d'une dynamique positive surtout chez les gros acheteurs.

% Valeur



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2283), moyens (1629), gros (1304)

Significativement supérieur/inférieur à 2019

2 Une baisse du nombre d'acheteurs de végétaux d'intérieur, avec un impact significatif du confinement sur les achats



Végétaux
d'intérieur

Un peu plus de la moitié des foyers français a acheté un végétal d'intérieur en 2020. Si le taux diminue significativement (-3pts) le budget moyen reste stable (58,2 €).



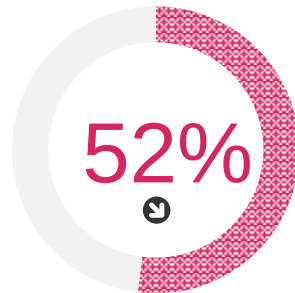
Les végétaux d'intérieur

(maison, appartement, véranda, hors achat pour le cimetière et le deuil)



Taux de pénétration

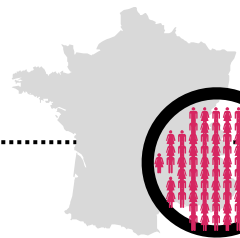
% des foyers en France



2019 : 55%
2018 : 54%
2017 : 53%

Nombre de foyers

en millions



14,7M

2019 : 15,5M
2018 : 15,3M
2017 : 15,0M

En 2020, 28 319 070 foyers en France

Budget moyen

en valeur



58,2 €

De budget moyen
par foyer acheteur

2019 : 58,3€
2018 : 58,2€
2017 : 57,3€

Quantité moyenne

en volume



5,3

Quantités en moyenne
par foyer acheteur

2019 : 5,6
2018 : 5,8
2017 : 4,7

Sommes dépensées

964,4M€

2019 : 1088,2M€ (-11%)

Volumes achetés

88,2M

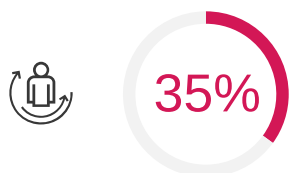
2019 : 100,5M (-12%)

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000)

 Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] Plus d'un tiers des individus de 18 ans et plus a acheté un végétal d'intérieur en 2020. La majorité du marché en valeur est représentée par des femmes et par des 55+ ans.

Taux de pénétration individu



Taux de pénétration
% des individus de 18
ans et plus en France



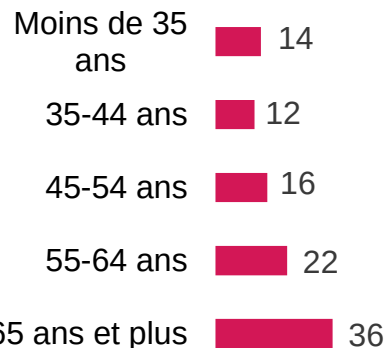
17,6M d'individus de 18 ans et plus

En 2020, 50 432 603 individus de 18 ans et plus en France

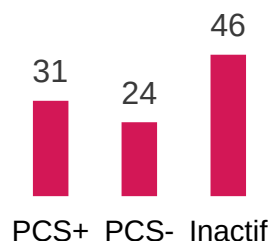
Répartition des sommes dépensées selon le profil individu (en %)



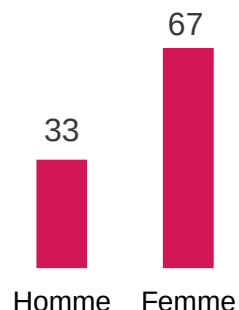
Age de l'individu acheteur



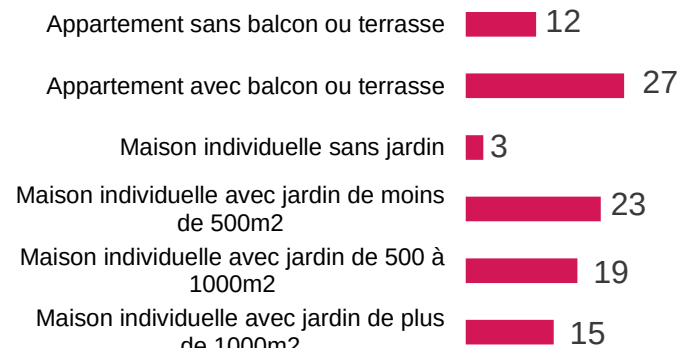
PCS individu



Sexe



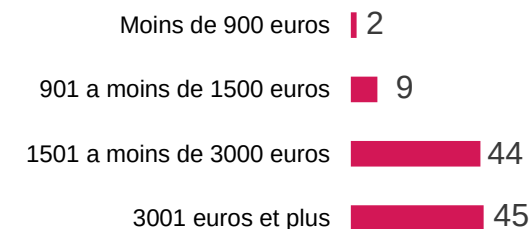
Type d'habitation



Une ferme



Revenu



Base : ensemble des individus et ensemble des individus acheteurs de végétaux d'intérieur

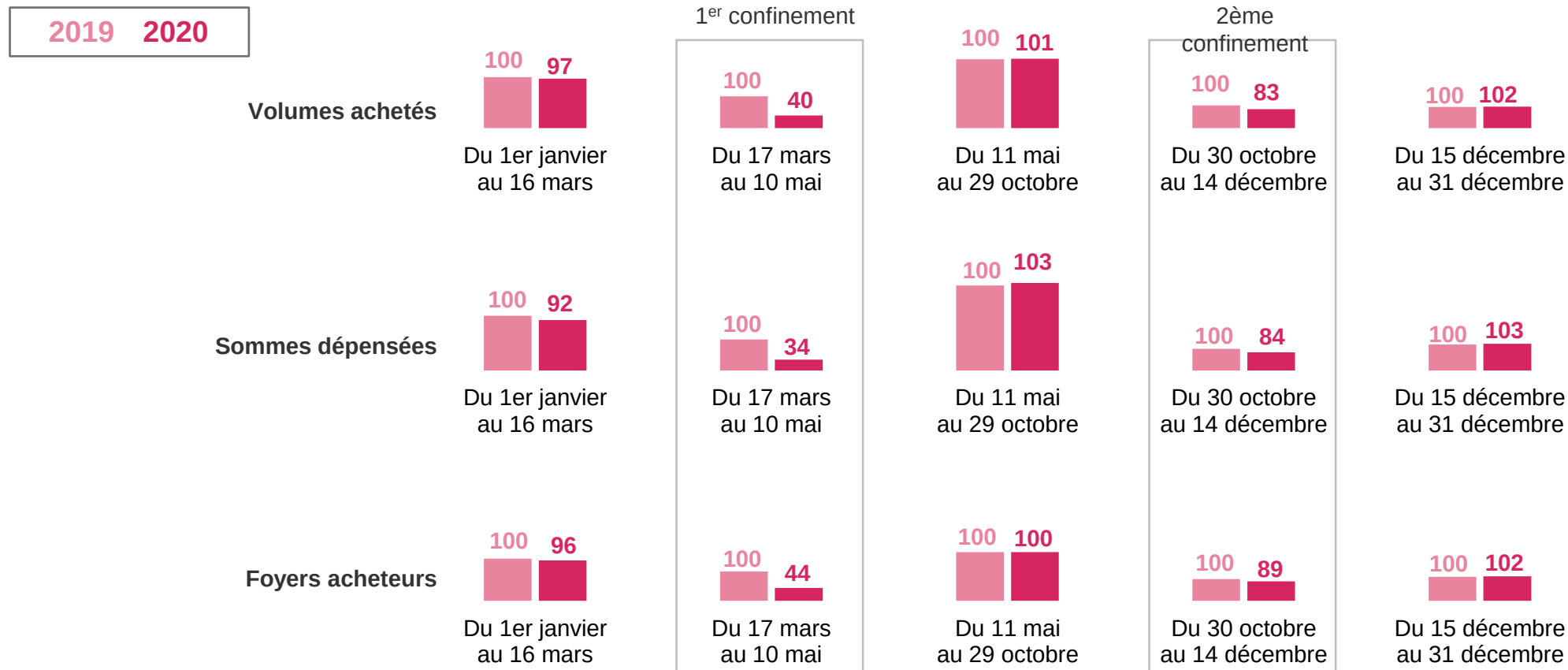
[NEW]

La baisse du marché des végétaux d'intérieur a eu lieu pendant la 1ère partie de l'année, principalement au premier confinement. L'effet de rattrapage a été faible, avec une nouvelle baisse – plus limitée - pendant le 2ème confinement.



Végétaux
d'intérieur

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux d'intérieur

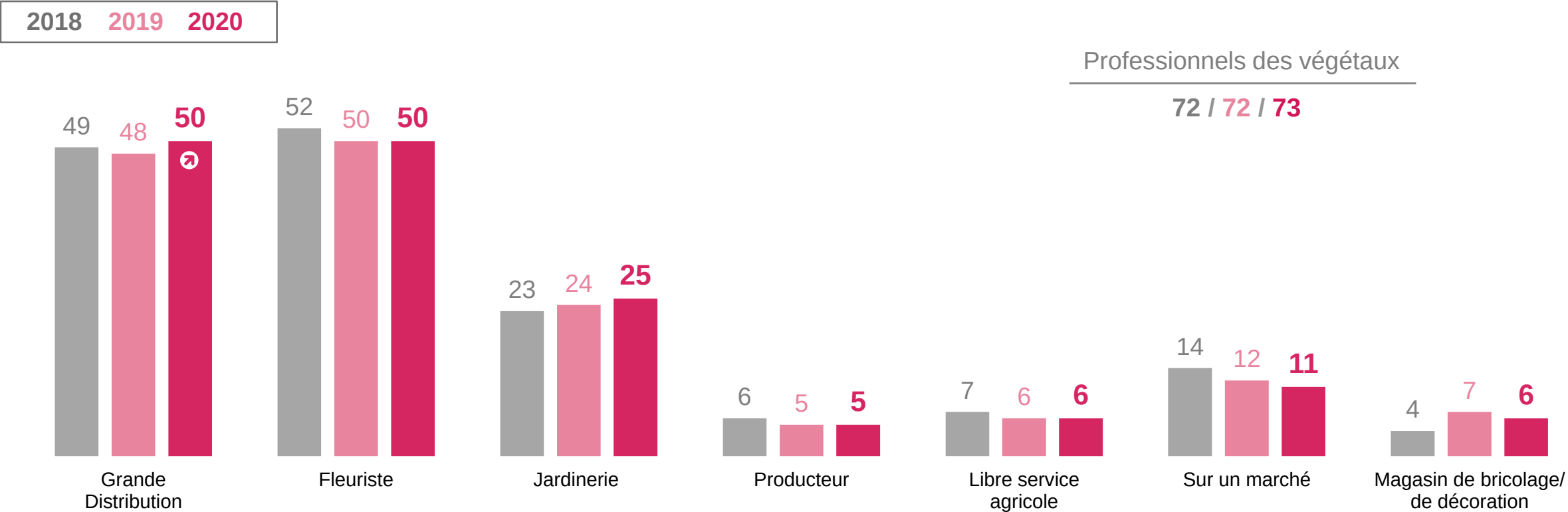
2.1

Le fleuriste demeure de loin le premier lieu d'achat des végétaux d'intérieur en valeur, mais continue de perdre en volumes achetés, au profit de la grande distribution.



La grande distribution rejoint les fleuristes comme premier lieu d'achat pour les végétaux d'intérieur (1 foyer sur 2). Puis les jardineries, fréquentées par 1 foyer sur 4.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers acheteurs



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur

 Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] En volumes la grande distribution et les jardineries ont bien résisté face au recul du marché, suivis par les fleuristes.

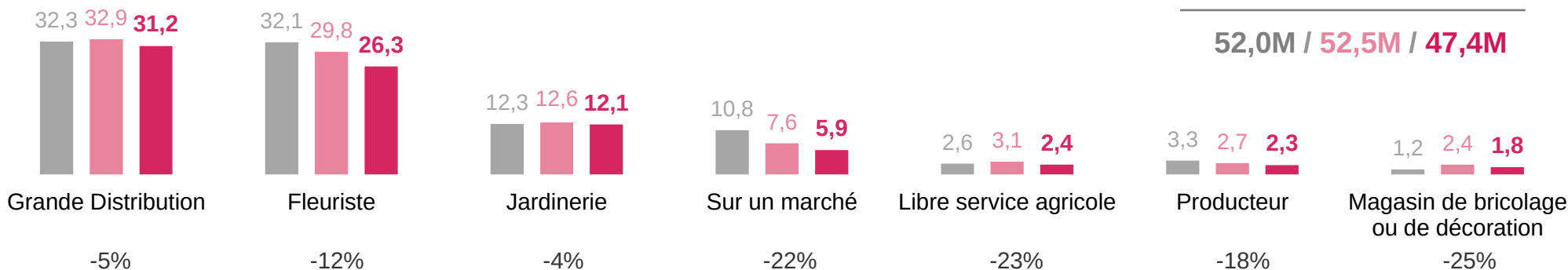


Végétaux
d'intérieur

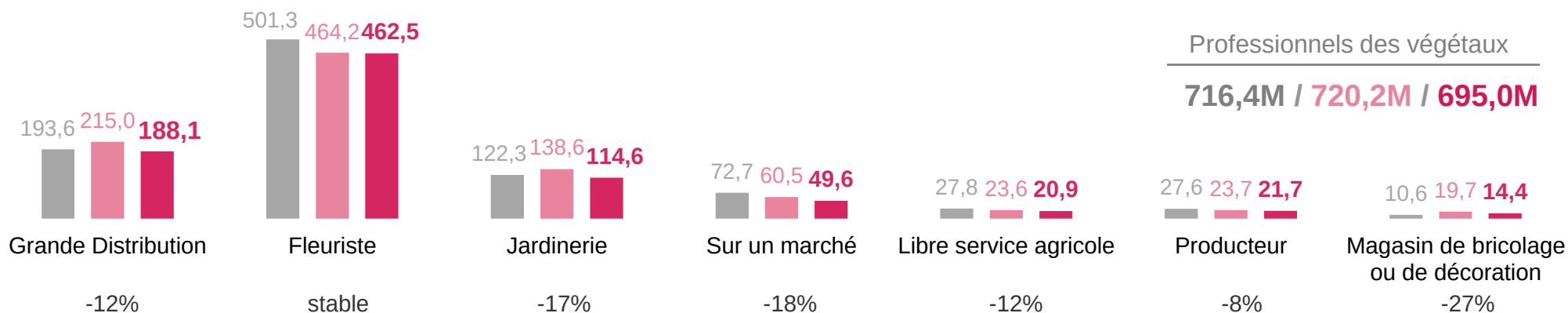
Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2018 2019 2020

Volumes achetés



Sommes dépensées



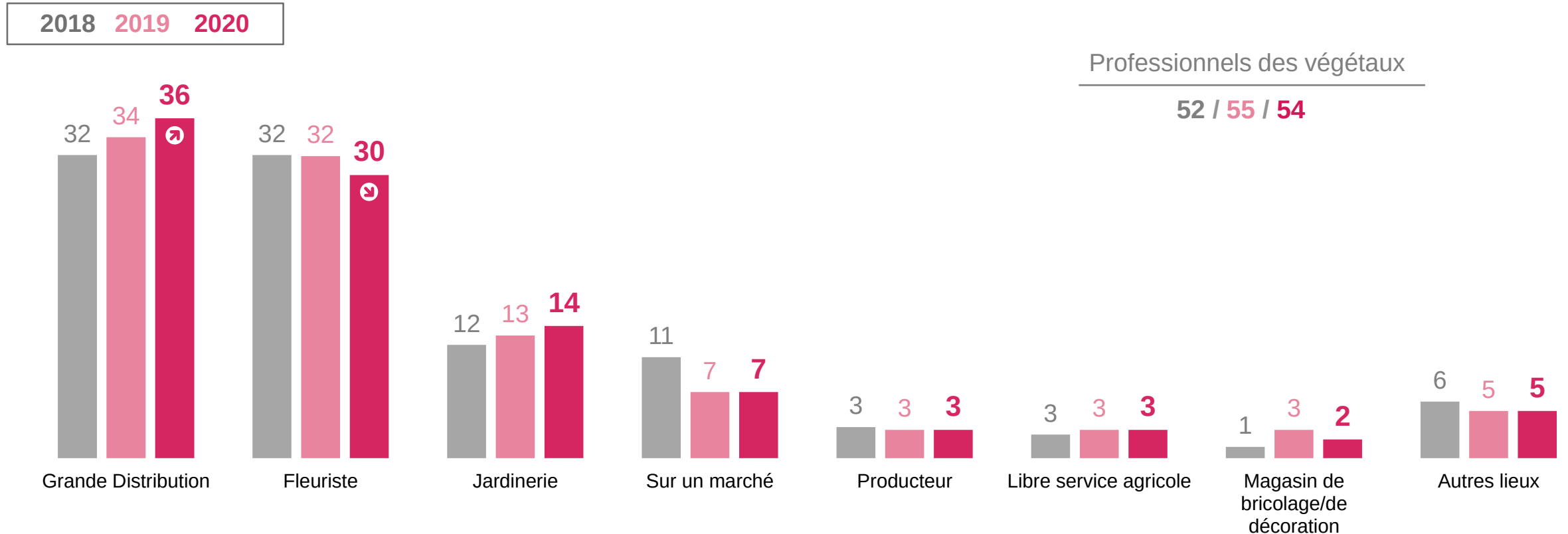
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux d'intérieur



Végétaux
d'intérieur

En parts de marché, la grande distribution renforce sa position de leader en volume, au détriment des fleuristes.

Part de marché des lieux d'achat en % volume

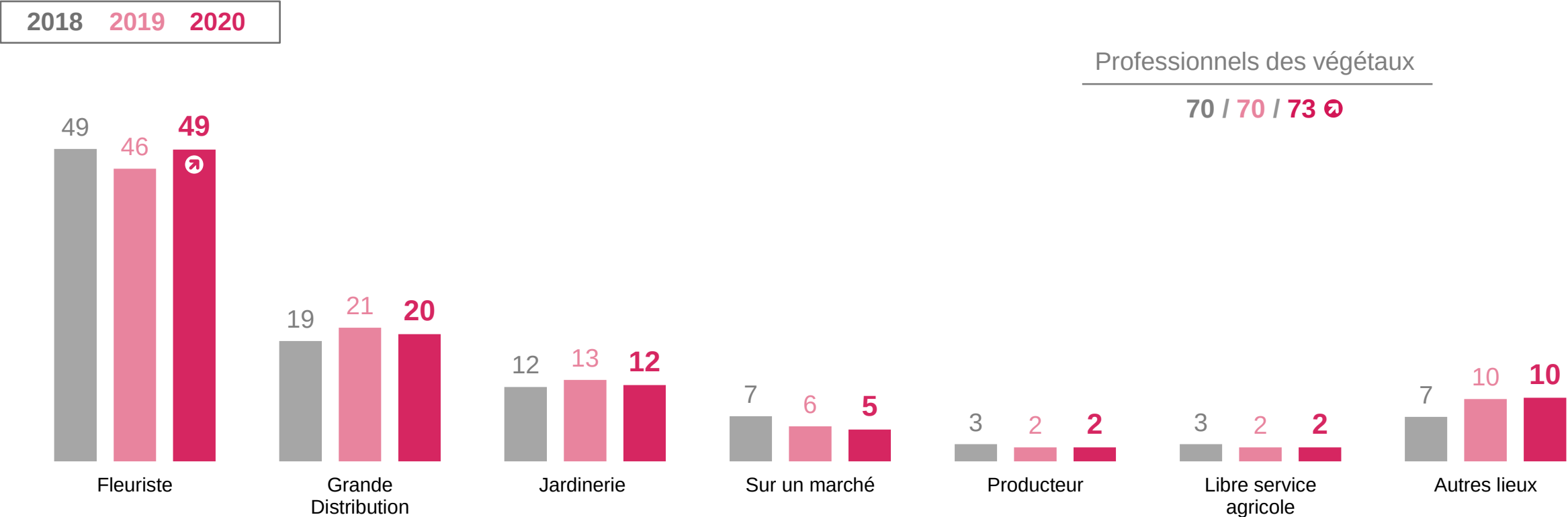


Base : achats de végétaux d'intérieur

Significativement supérieur/inférieur à 2019

Tandis qu'en valeur, le fleuriste demeure de loin le 1er circuit d'achat, et renforce son important écart avec les autres lieux d'achats.

Part de marché des lieux d'achat en % valeur

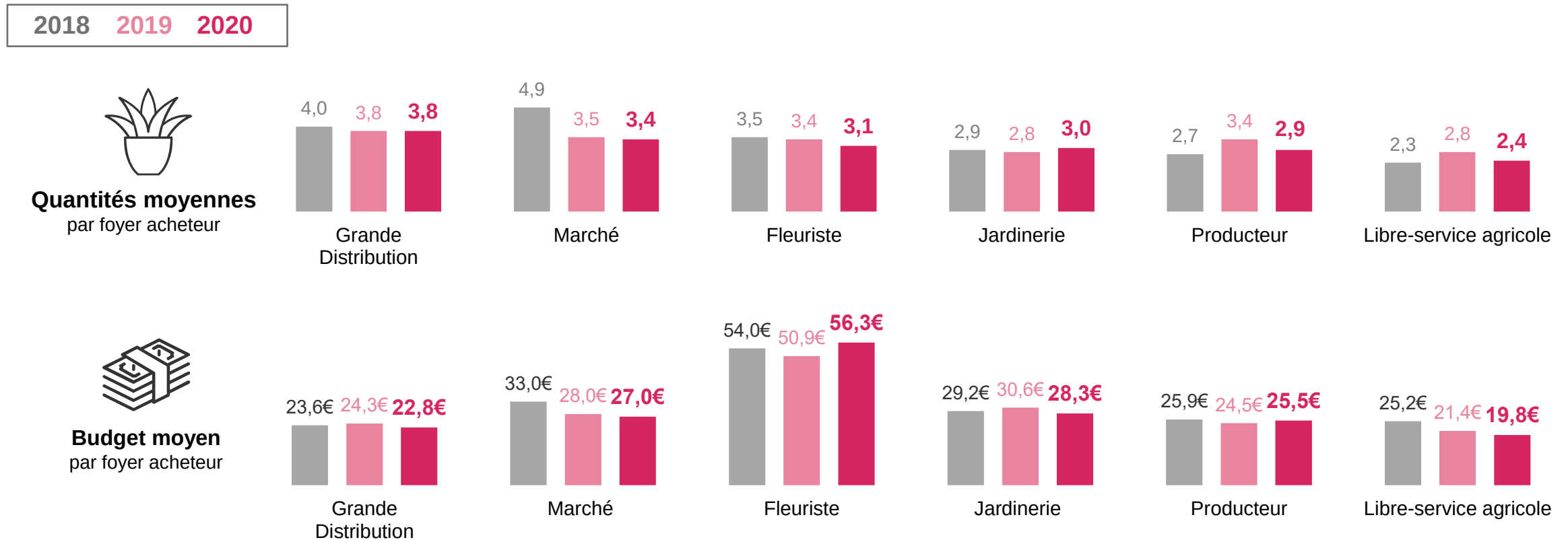


Base : achats de végétaux d'intérieur

  Significativement supérieur/inférieur à 2019

En effet, la grande distribution profite d'importants volumes grâce à la quantité moyenne achetée la plus élevée, alors que les fleuriste offrent de la valeur, avec un montant moyen dépensé beaucoup plus important que les autres circuits.

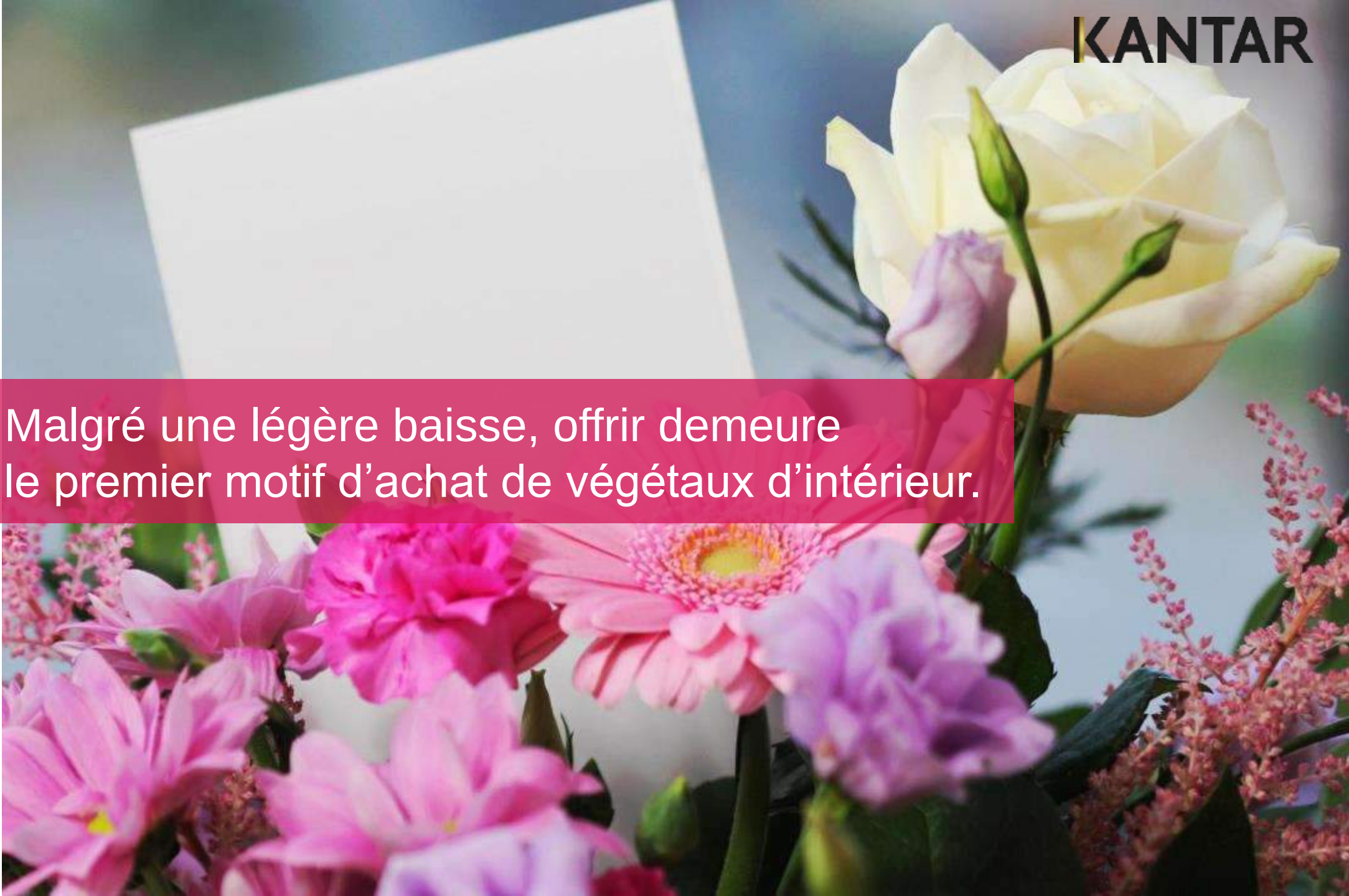
Budget moyen et quantités moyennes par foyer dans le circuit



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur par type de canal (3611)

2.2

Malgré une légère baisse, offrir demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur.



Offrir est toujours le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur, malgré une baisse de la part des foyers concernés et des sommes qui y sont consacrées. Les montants dépensés pour offrir sont sensiblement plus élevés que ceux dépensés pour soi-même.

Pénétration et part de marché en valeur selon l'occasion

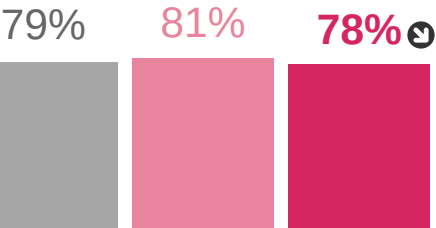
2018 2019 2020



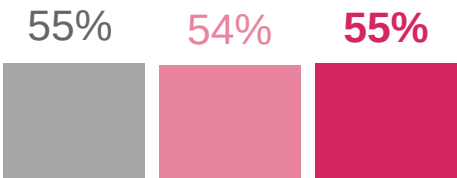
% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur



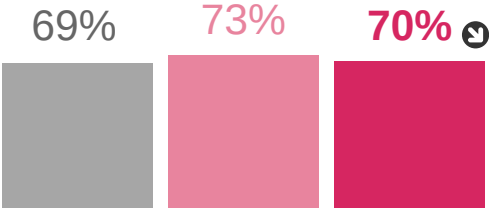
Pour offrir



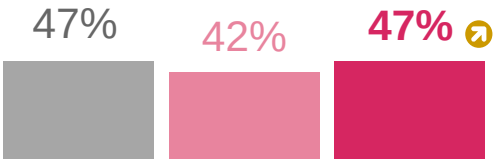
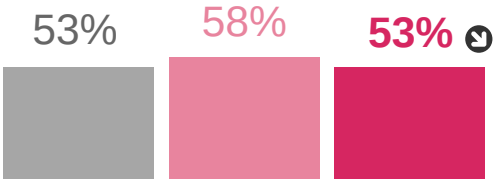
Pour soi-même



% des sommes dépensées



% des quantités achetées



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3611)

↑ ↓ Significativement supérieur/inférieur à 2019

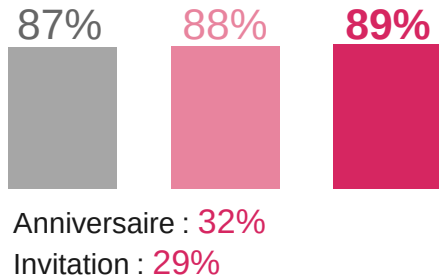
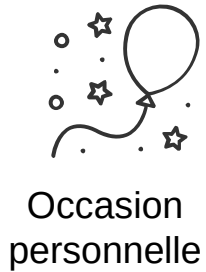
Les foyers acheteurs de végétaux d'intérieur pour offrir sont une grande majorité à en acheter pour des occasions personnelles, alors que les occasions calendaires subissent une baisse.

Détail du motif d'achat pour offrir

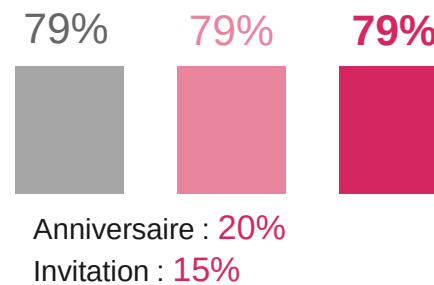
2018 2019 2020



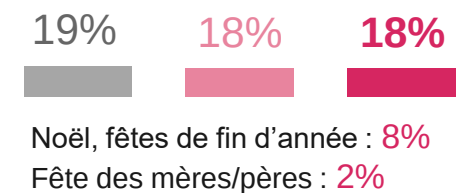
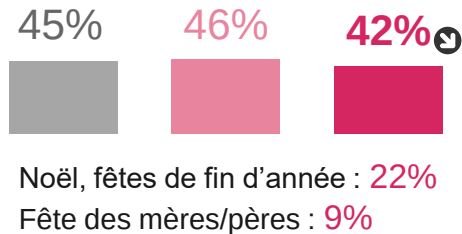
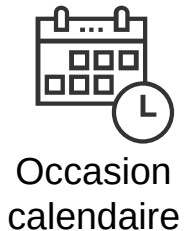
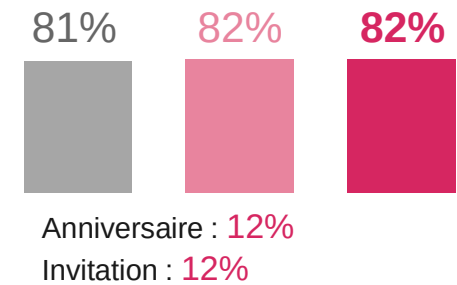
% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur



% des sommes
dépensées



% des quantités achetées



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur pour offrir (3611)

  Significativement supérieur/inférieur à 2019

A retenir, concernant les achats de végétaux d'intérieur en France en 2020 ...



52%

des foyers français ont acheté un végétal d'intérieur soit **14,7 millions de foyers**, un peu moins qu'en 2019 (-3pts).



58,2 €

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'intérieur par les foyers acheteurs. Celui-ci est parfaitement stable.



-60%

c'est l'impact du 1^{er} confinement sur les quantités achetées par les Français vs la même période en 2019.



50%

des acheteurs fréquentent le **fleuriste** pour l'achat de végétaux d'intérieur, tout comme la **grande distribution** qui le rejoint comme premier lieu d'achat et renforce sa part de marché en volumes (36% vs 30% pour le fleuriste).



49%

des dépenses sont réalisées chez le **fleuriste**, qui résiste bien à la crise, malgré une baisse du marché en valeur.



70%

des sommes dépensées sont consacrées à l'**achat pour offrir**, en légère baisse vs 2019

3 Un marché des végétaux d'extérieur stable en valeur, notamment grâce aux végétaux à destination du potager.



Plus de la moitié des foyers français ont acheté un végétal d'extérieur en 2020. Le taux d'acheteurs baisse légèrement pour les végétaux d'ornement. Le budget moyen qui y est consacré est en hausse, malgré une baisse des quantités moyennes achetées.

Les végétaux d'extérieur (ornement et potager)

(jardin, rebord de fenêtre, balcon ou terrasse, hors achat pour le cimetière et le deuil)



Taux de pénétration

% des foyers en France



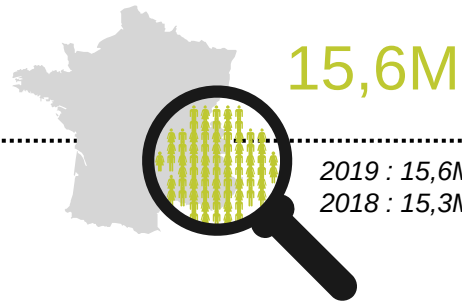
2019 : 56%
2018 : 55%

Ornement : 44% ↘ -2pts

Potager : 36%

Nombre de foyers

en millions



15,6M

2019 : 15,6M
2018 : 15,3M

En 2020, 28 319 070 foyers en France

Budget moyen

en valeur



60,9 €

de budget moyen
par foyer acheteur

2019 : 58,9€
2018 : 62,3€

Ornement : 55,0€

Potager : 25,9€

Sommes dépensées

1038,9M€

2019 : 1053,0M€ (-1%)

Quantité moyenne

en volume



32,1

Quantités en moyenne
par foyer acheteur

2019 : 34,2
2018 : 31,3

Ornement : 17,2

Potager : 28,0

Volumes achetés

525,4M

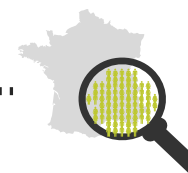
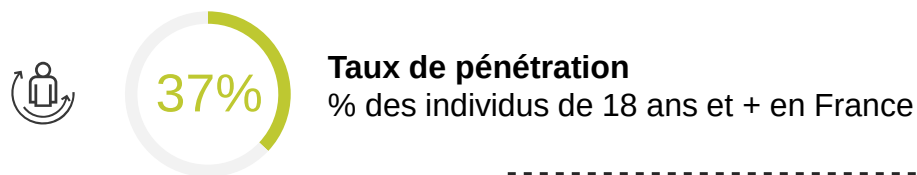
2019 : 582,7M (-10%)

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] Plus d'un Français sur 3 a acheté des végétaux d'extérieur en 2020. Les seniors contribuent le plus fortement aux sommes dépensées.

Taux de pénétration individu



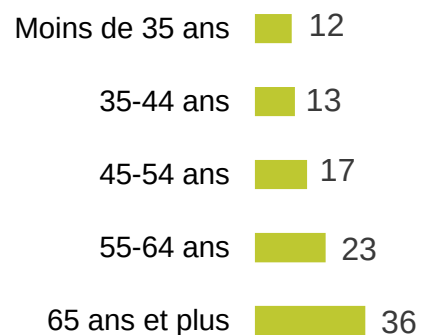
18,69M d'individus de 18 ans et plus

En 2020, 50 432 603 individus de 18 ans et plus en France

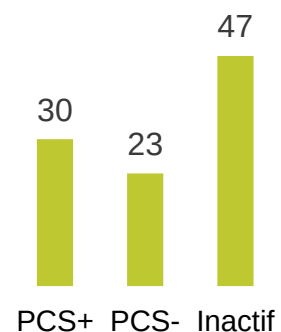
Répartition des sommes dépensées selon le profil individu (en %)



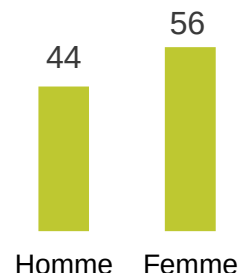
Age de l'individu acheteur



PCS individu



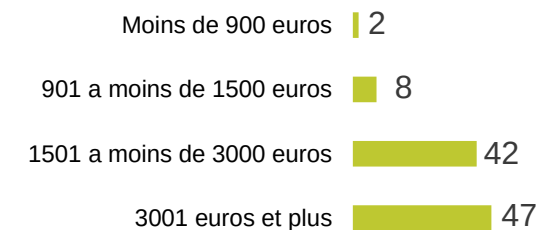
Sexe



Type d'habitation



Revenu



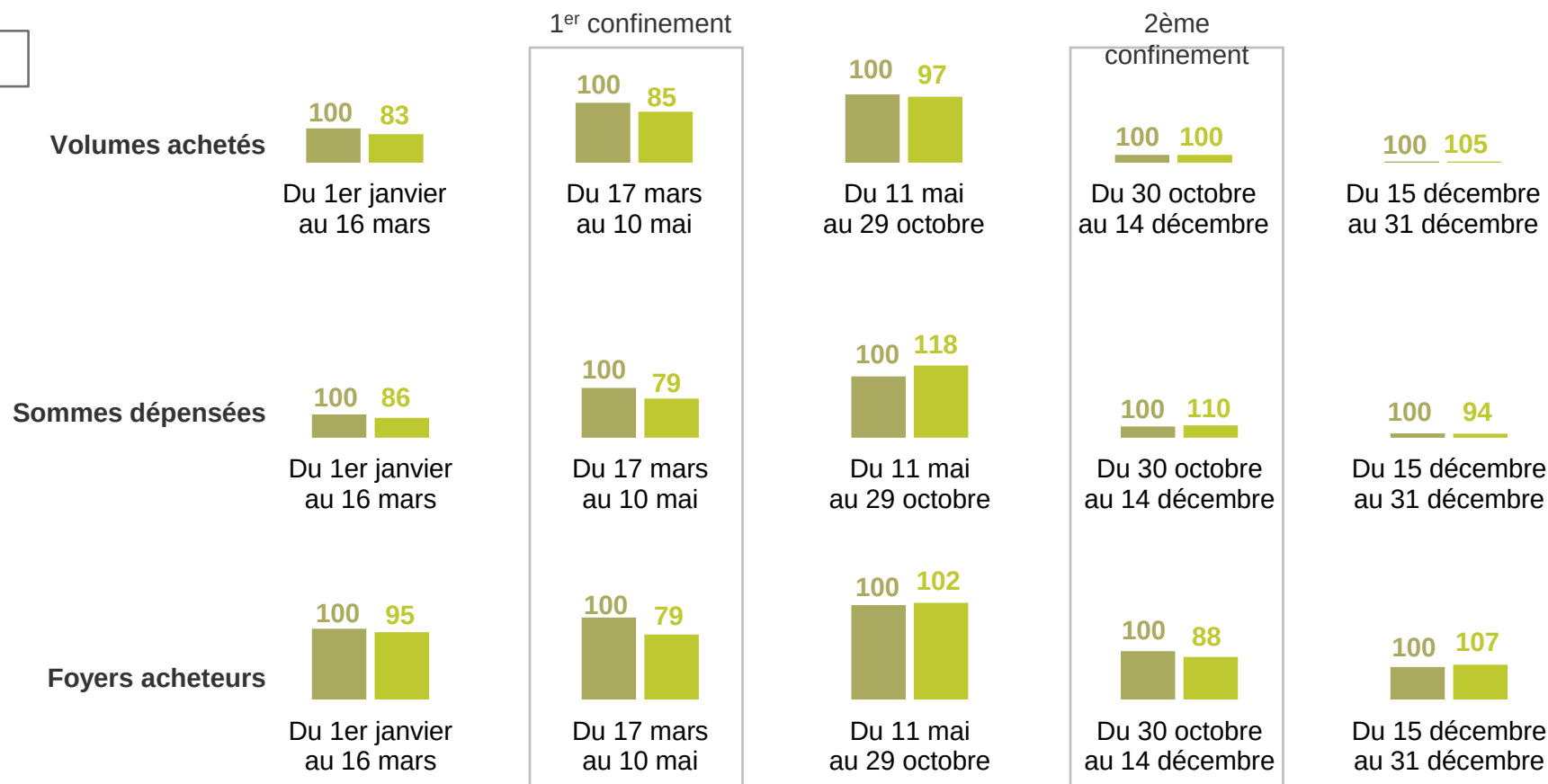
Base : ensemble des individus et ensemble des individus acheteurs de végétaux d'intérieur d'extérieur

[NEW] Un recul du marché de l'extérieur sur la première partie de l'année, mais fort rattrapage en valeur notamment sur la période de mai à octobre.



Végétaux
d'extérieur

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



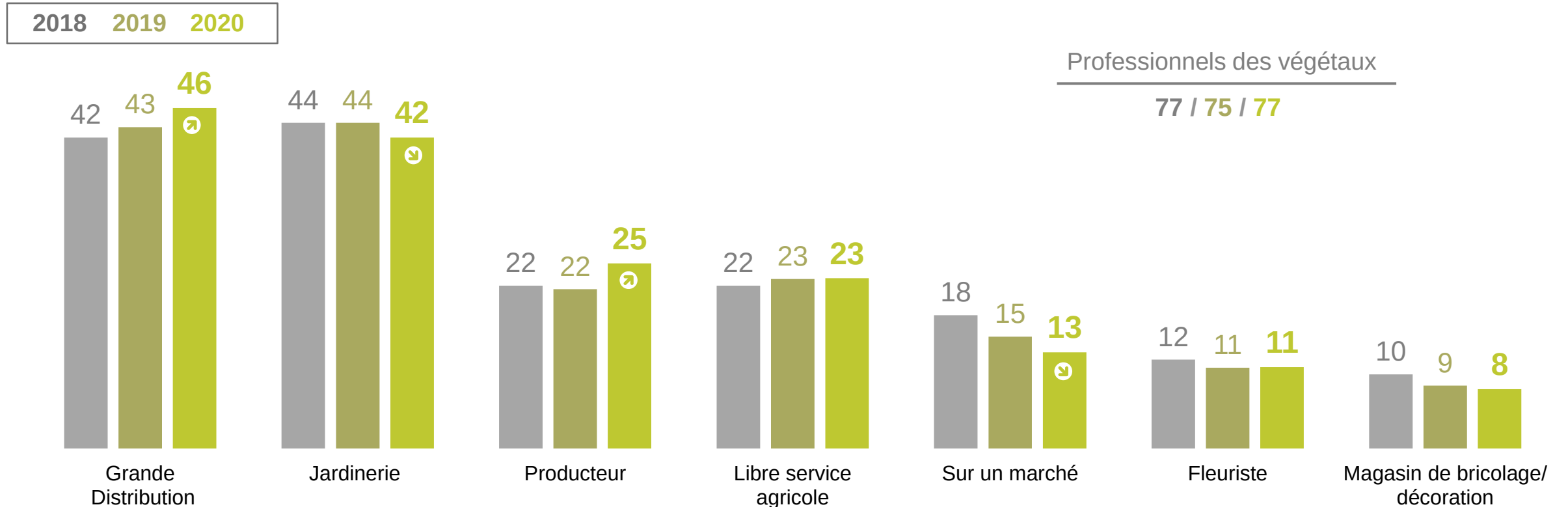
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux d'extérieur



Végétaux
d'extérieur

Les acheteurs ont davantage fréquenté la grande distribution, qui prend la première place au détriment des jardineries. La fréquentation progresse aussi chez les producteurs, mais recule encore sur les marchés.

Pénétration des lieux d'achat en % foyers acheteurs



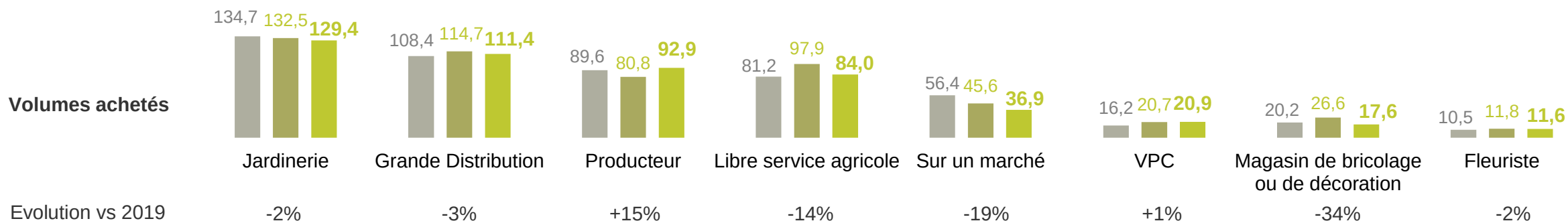
Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur (potager inclus)

Significativement supérieur/inférieur à 2019

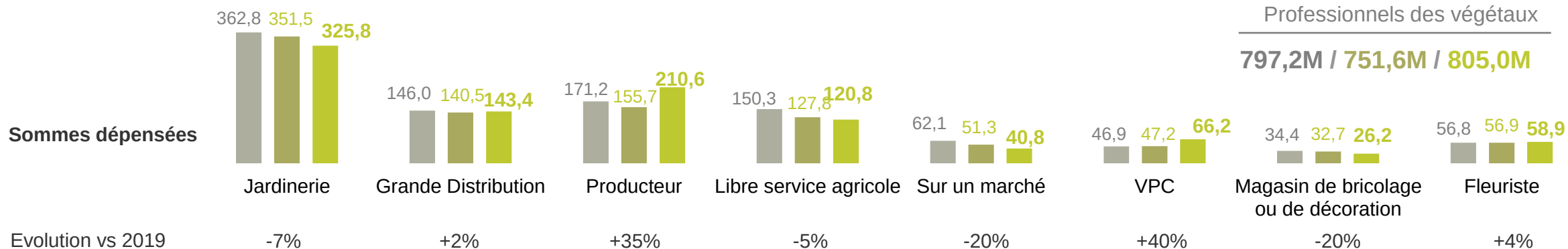
[NEW] La hausse de la fréquentation de la grande distribution ne se répercute pas ou peu en volumes, contrairement aux producteurs qui voient une forte progression en valeur mais aussi en quantités vendues.

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2018 2019 2020



Professionnels des végétaux
336,5M / 350,2M / 348,3M



Professionnels des végétaux
797,2M / 751,6M / 805,0M

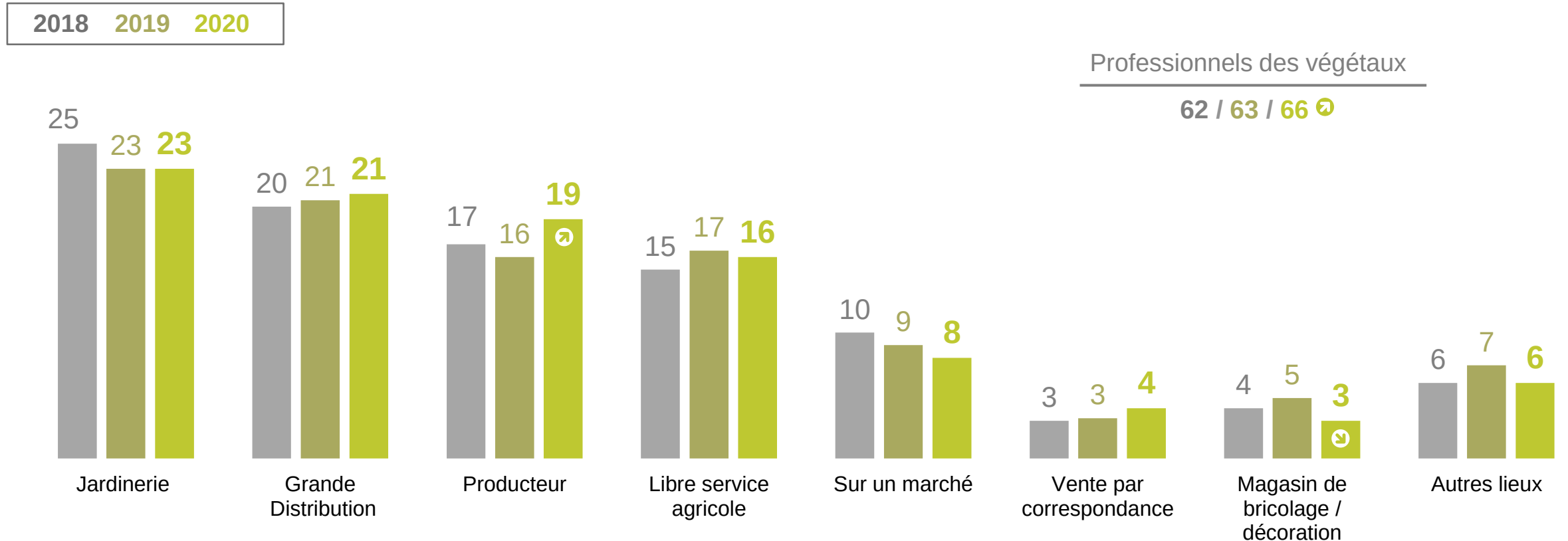
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)



Végétaux
d'extérieur

La part de marché en volume des producteurs progresse significativement, se rapprochant de la jardinerie et de la grande distribution qui restent en tête.

Part de marché des lieux d'achat en % volume



Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

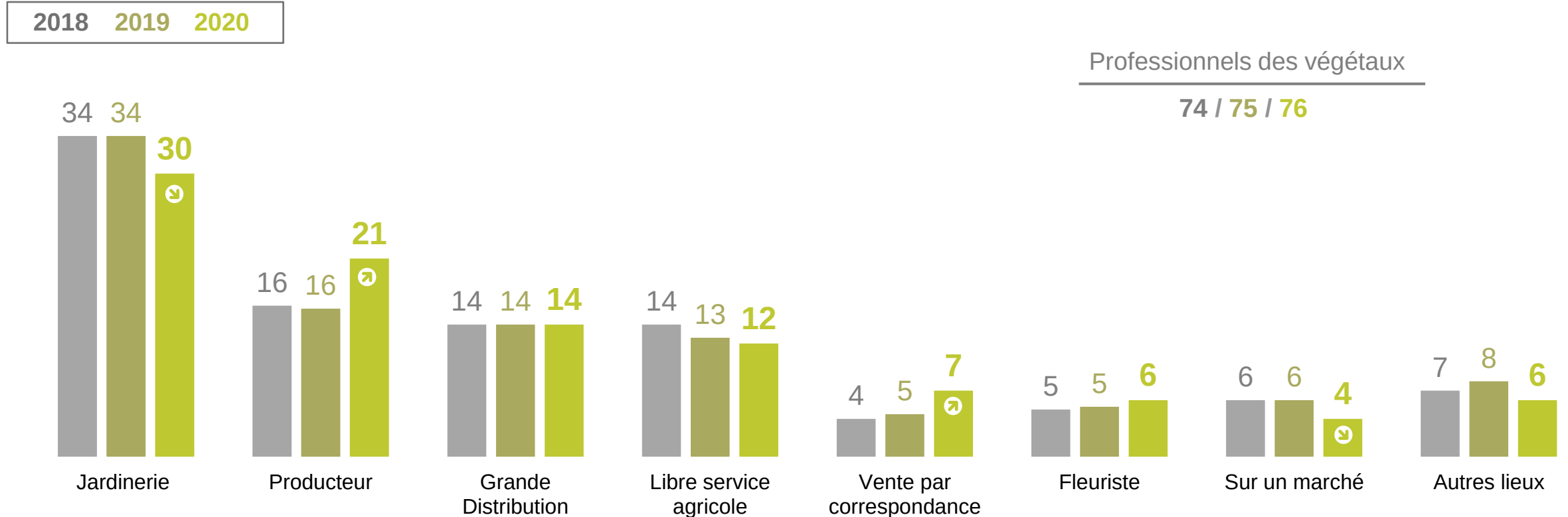
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019



Végétaux
d'extérieur

Idem en part de marché valeur : les producteurs sont en hausse très nette, les jardineries reculent tout en conservant une part prépondérante.

Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : achats de végétaux d'extérieur (potager inclus)

Significativement supérieur/inférieur à 2019

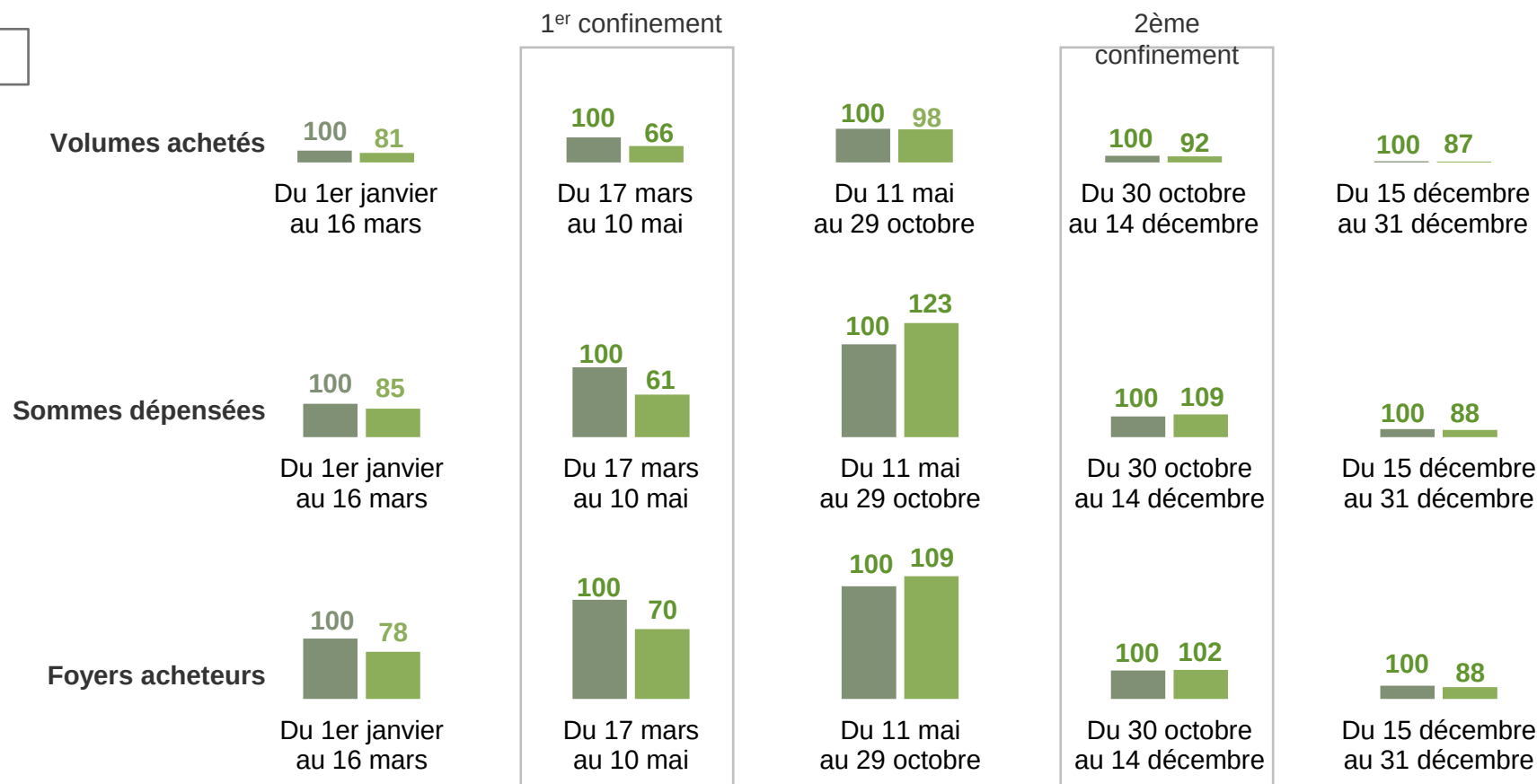
3.1

Sur le marché des végétaux d'extérieur, l'ornement a été le plus affecté par la crise.



[NEW] Sur les végétaux d'extérieur d'ornement, l'effet du premier confinement se ressent davantage, mais la période qui a suivi a connu un net regain en sommes dépensées.

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



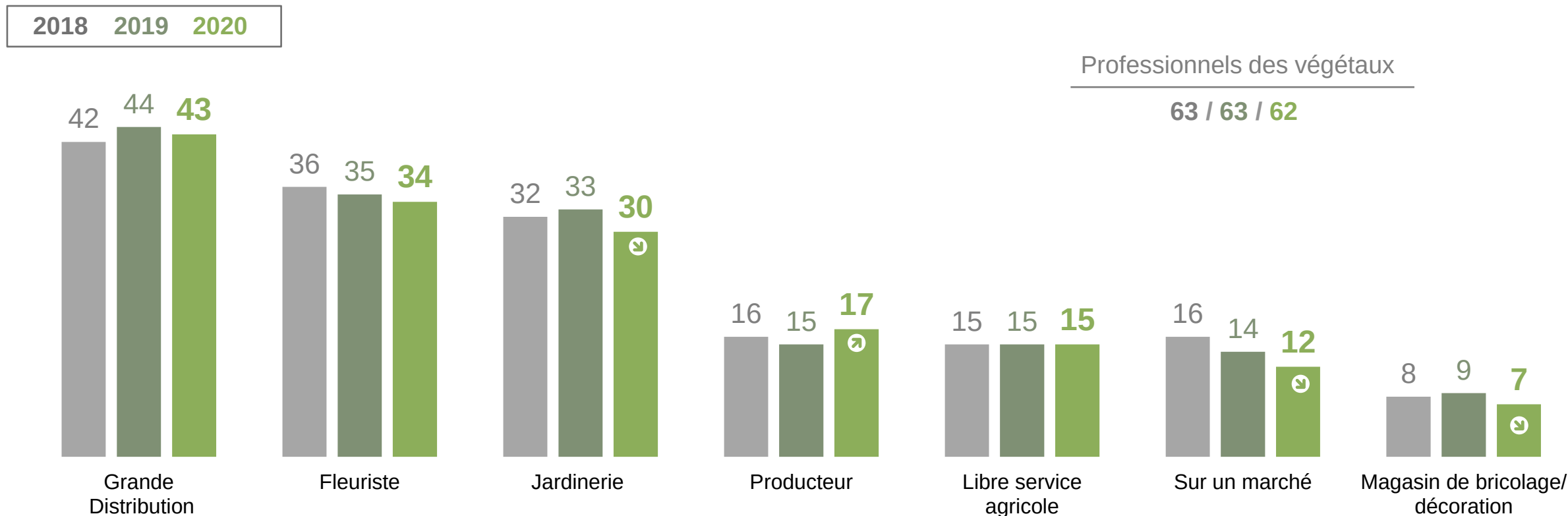
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux d'extérieur (hors potager)

Baisse de la fréquentation des jardineries, au profit des producteurs. La grande distribution reste stable.



Végétaux
d'extérieur
Hors potager

Pénétration des lieux d'achat en % foyers acheteurs



Base : foyers acheteurs de végétaux d'extérieur (hors potager)

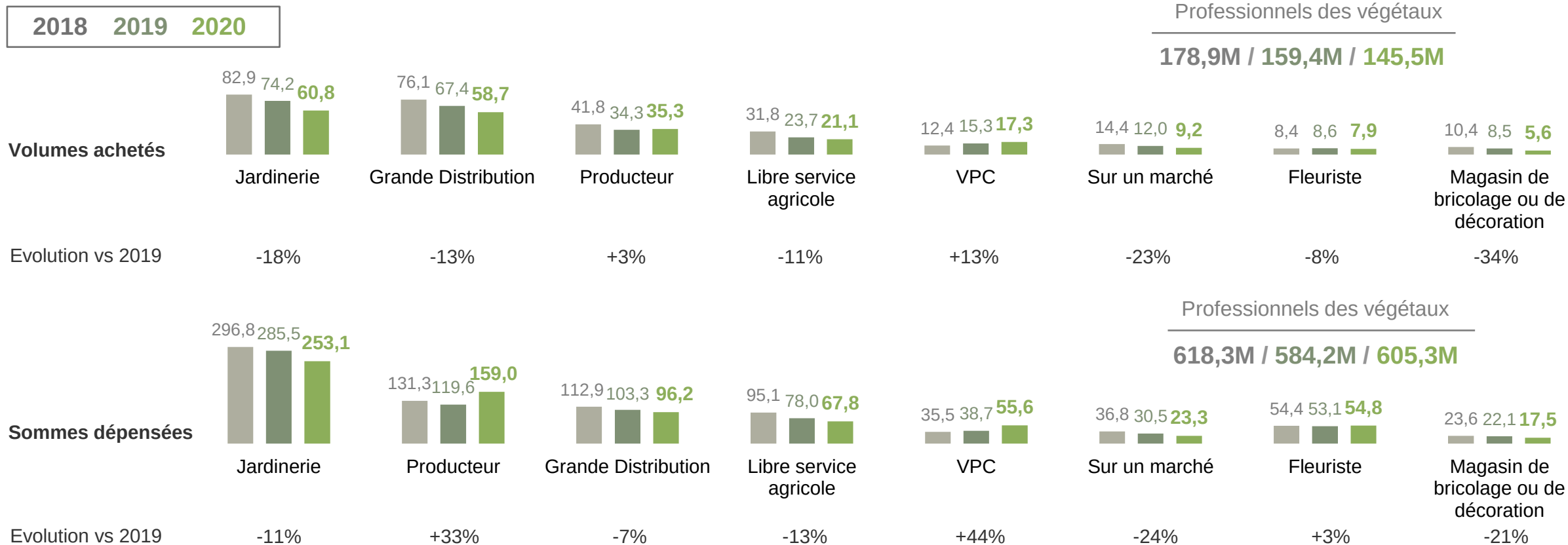
Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW] Le recul des jardineries se confirme en volumes et en sommes dépensées. Tandis que les producteurs performant particulièrement sur les sommes dépensées, ainsi que la vente par correspondance.



Végétaux
d'extérieur
Hors potager

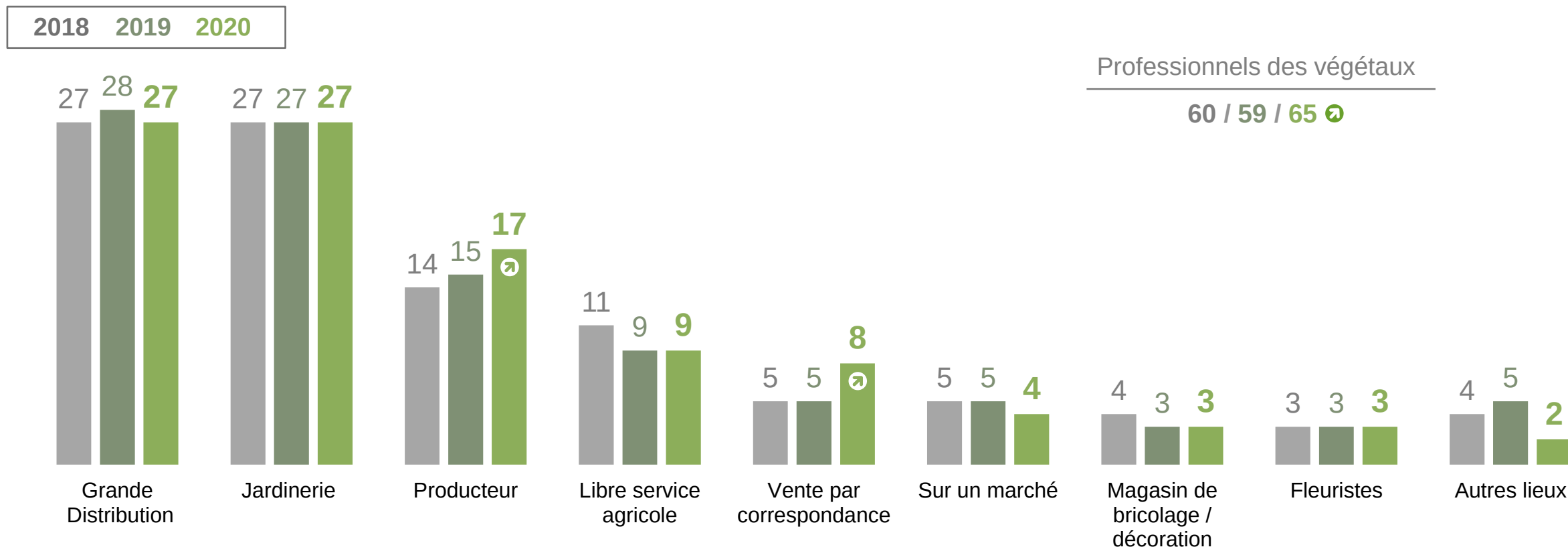
Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

Comme pour l'ensemble des végétaux d'extérieur, la part de marché en volume des producteurs est en hausse pour les végétaux d'ornement, tout comme celle de la vente par correspondance.

Part de marché des lieux d'achat en % volume



Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

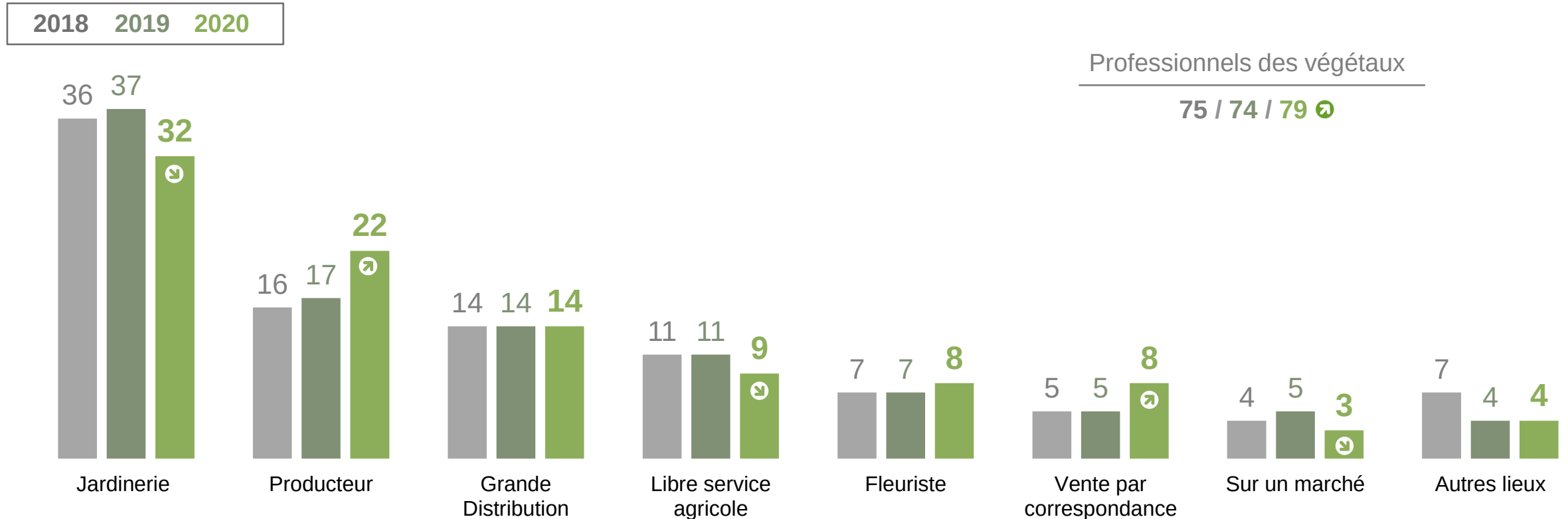
Significativement supérieur/inférieur à 2019



Végétaux
d'extérieur
Hors potager

En valeur, la jardinerie reste en tête mais perd des parts de marché au profit des producteurs. La vente par correspondance progresse, alors que les LISA et les marchés reculent.

Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

3.2

Une baisse du nombre de foyers ayant acheté des végétaux à destination de balcon ou terrasse durant l'année.



Végétaux
d'extérieur

Un peu moins d'un quart des foyers ont acheté des végétaux pour leur terrasse, balcon ou rebord de fenêtre, en légère baisse, alors que près de la moitié ont acheté pour leur jardin.

Pénétration et nombre d'acheteurs



Jardin



Terrasse, balcon,
rebord de fenêtre

Taux d'acheteurs
(% des foyers acheteurs en France)

47%

45%

44%

21%

26%

23% ↘

2018

2019

2020

2018

2019

2020

Nombre de foyers acheteurs
(en millions)

13,3M

12,7M

12,5M

6,0M

7,4M

6,5M

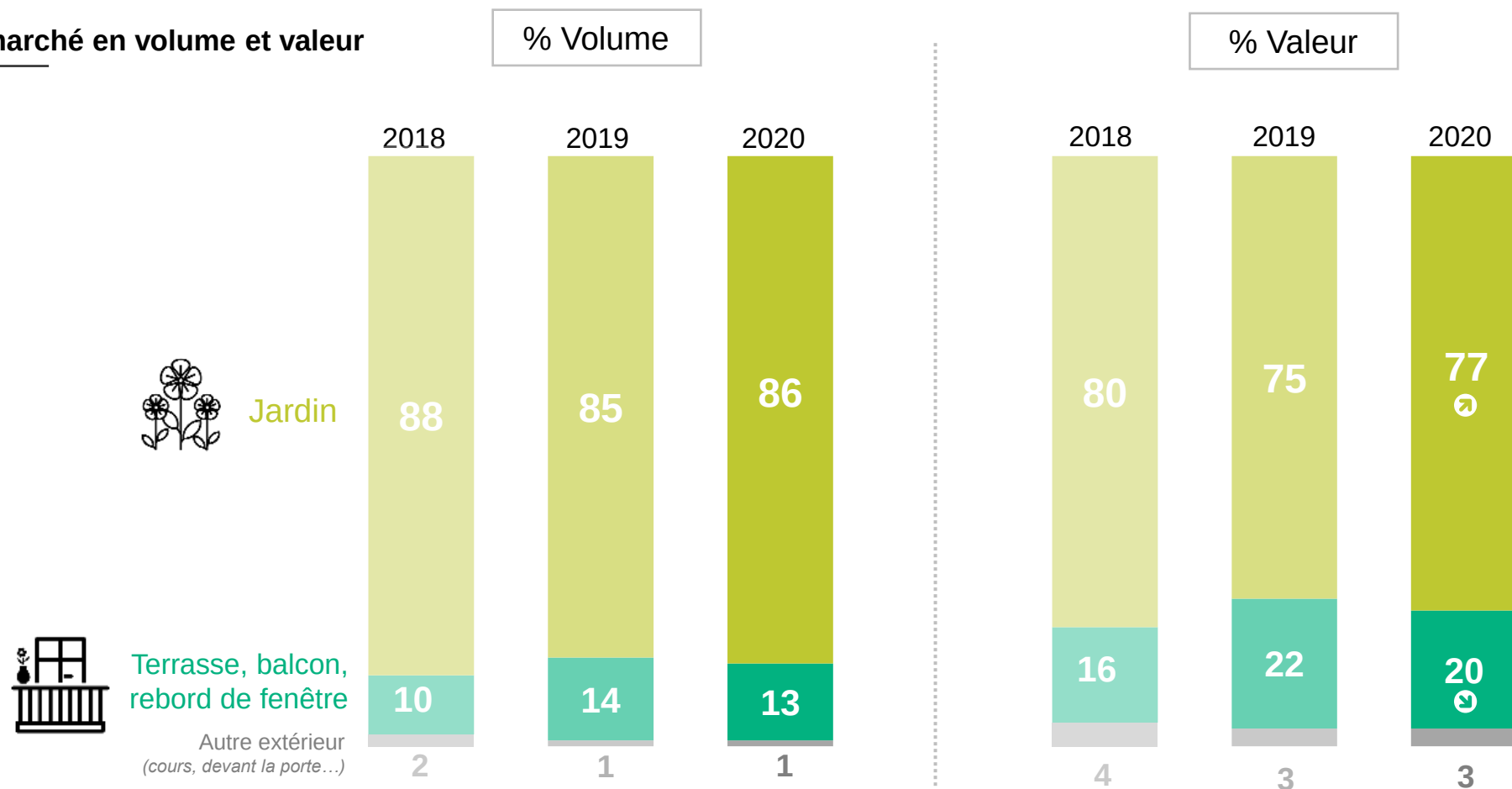
En 2020, 28 319 070 foyers en France

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

Ainsi, la part des sommes dépensées pour des végétaux à destination du jardin augmente, au détriment des celles pour terrasse, balcon ou rebord de fenêtre.

Parts de marché en volume et valeur



Base : achats de végétaux d'extérieur (ornement ou potager)

[Ⓢ] [Ⓣ] Significativement supérieur/inférieur à 2019

3.3 Des végétaux à destination du potager portés par les jardinereries, la grande distribution et les producteurs.

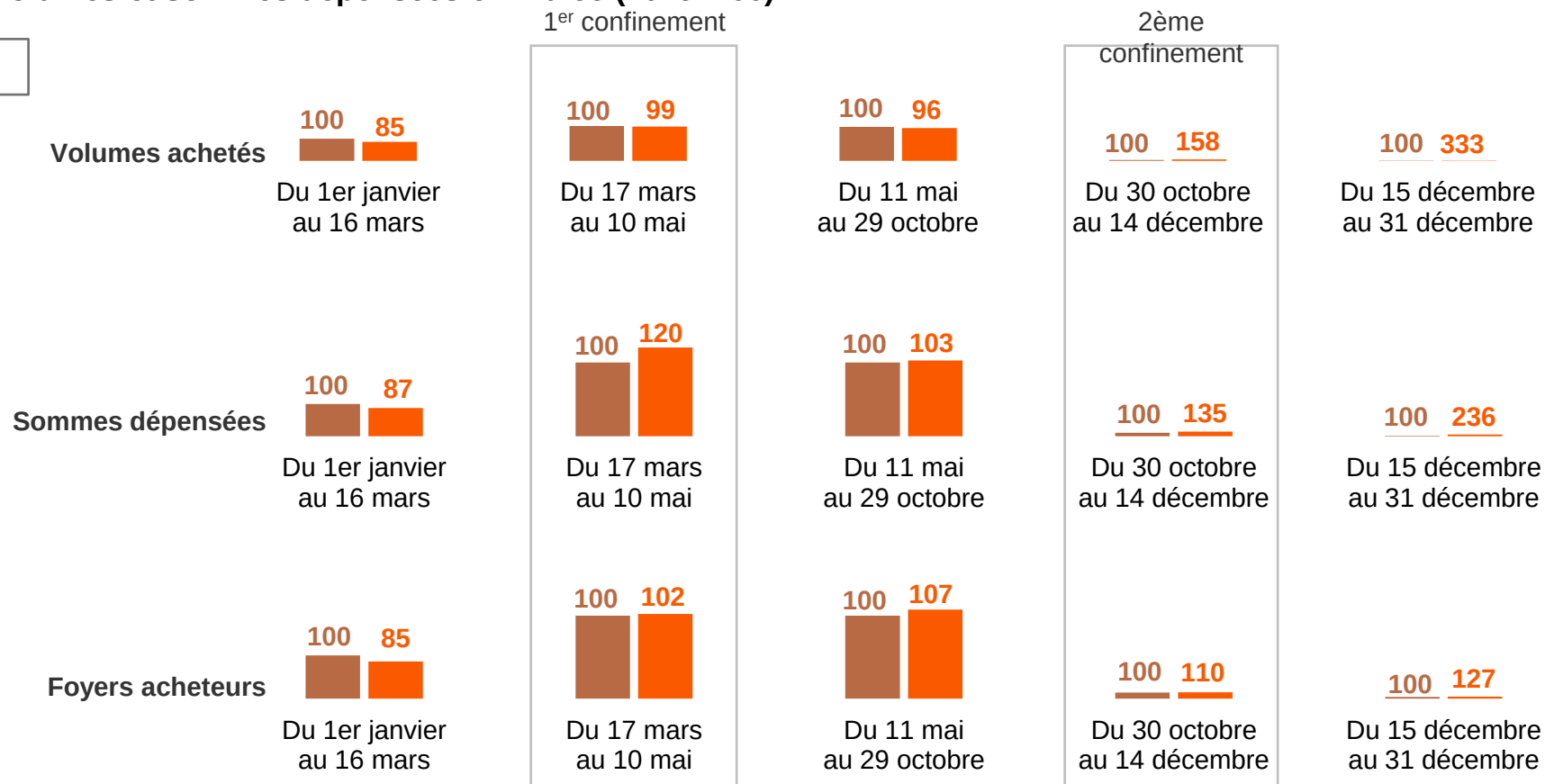


[NEW] Les végétaux à destination du potager n'ont pas souffert des périodes de confinement, du fait de leur plus grande disponibilité, notamment en grandes surfaces lors du premier confinement et chez les producteurs.



Végétaux
potager

Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)



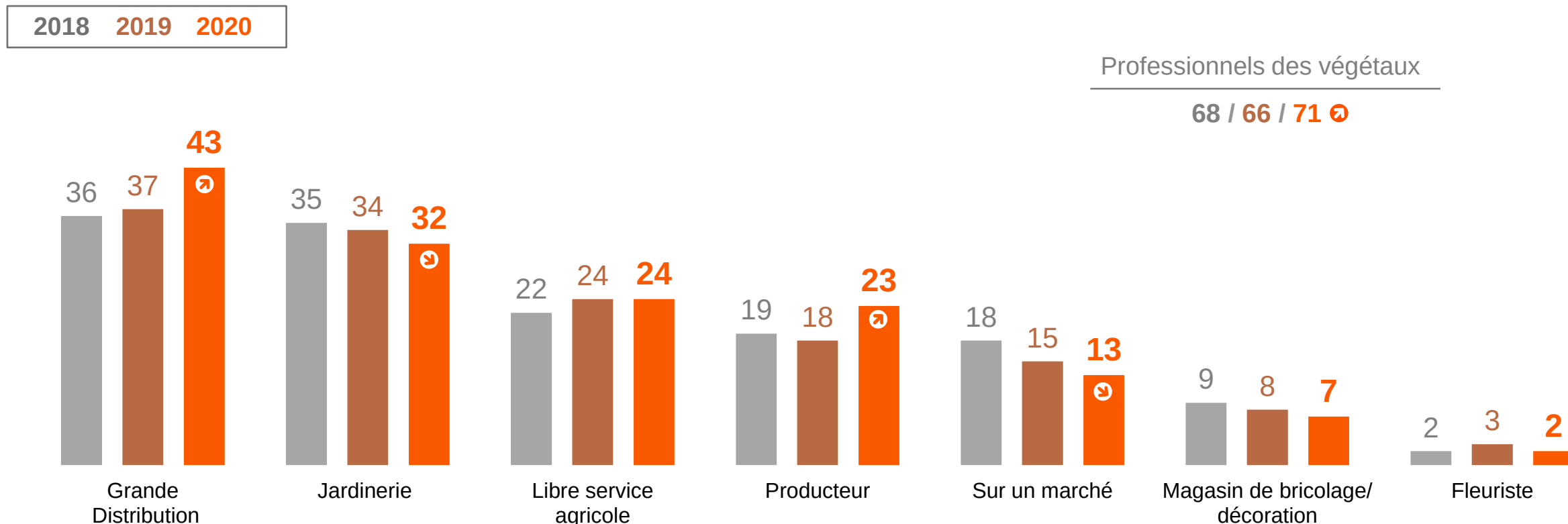
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des végétaux de potager

La fréquentation de la grande distribution et des producteurs est en hausse, alors qu'elle baisse dans les jardineries. Les marchés continuent de reculer.



Végétaux
potager

Pénétration des lieux d'achat en % foyers



Base : acheteurs de végétaux potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

[NEW]

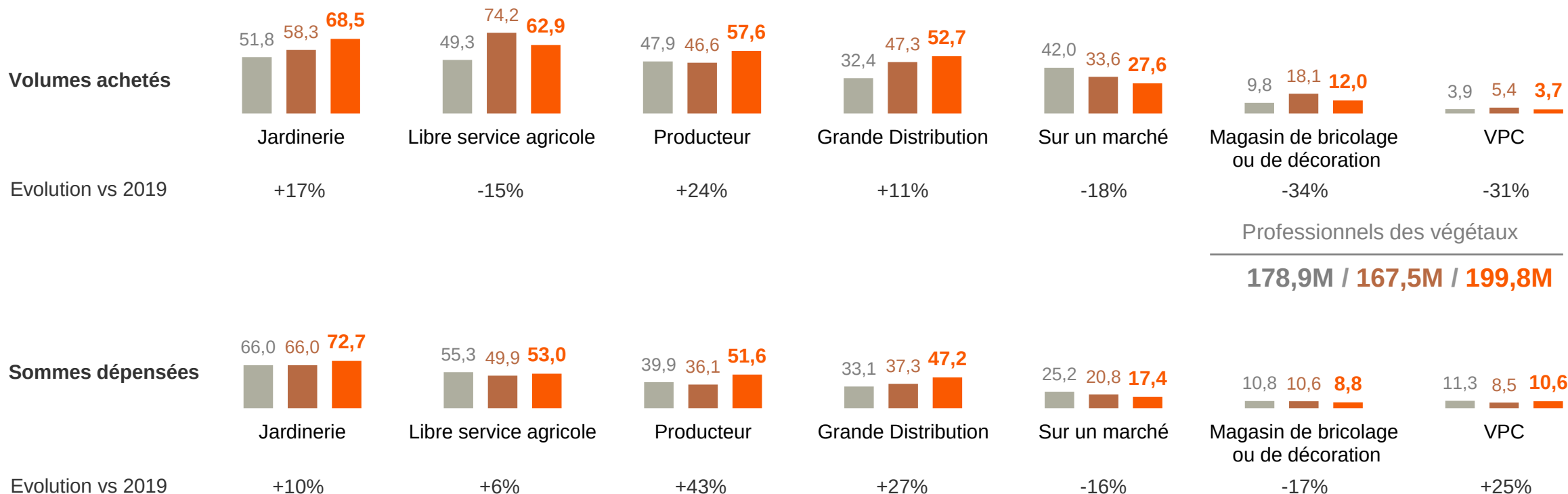
En volumes achetés et sommes dépensées les jardineries ont malgré tout très bien performé. C'est aussi le cas des producteurs qui enregistrent une forte hausse, et de la grande distribution.



Végétaux
potager

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2018 2019 2020



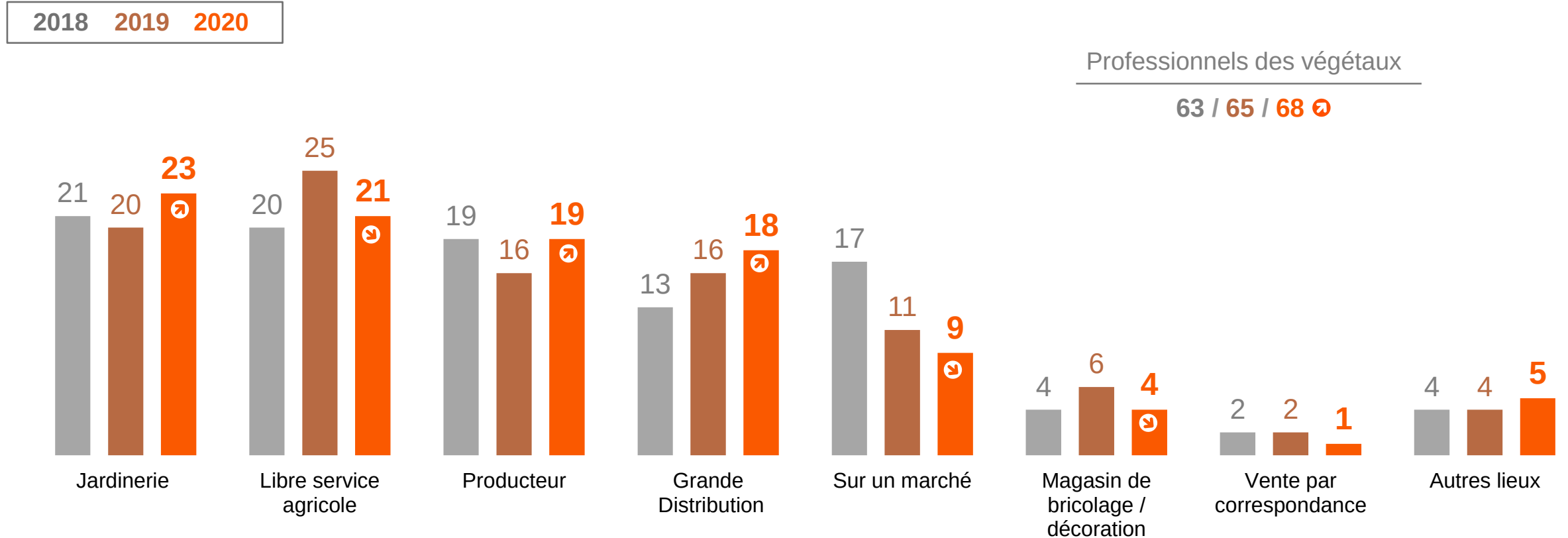
Base : ensemble des végétaux de potager



Végétaux
potager

En volume, les principaux circuits ont des parts de marché très proches. Les jardineries gagnent la première place, au détriment des LISA. Les producteurs et la grande distribution progressent, alors que les marchés et les magasins de bricolage baissent.

Part de marché des lieux d'achat en % volume

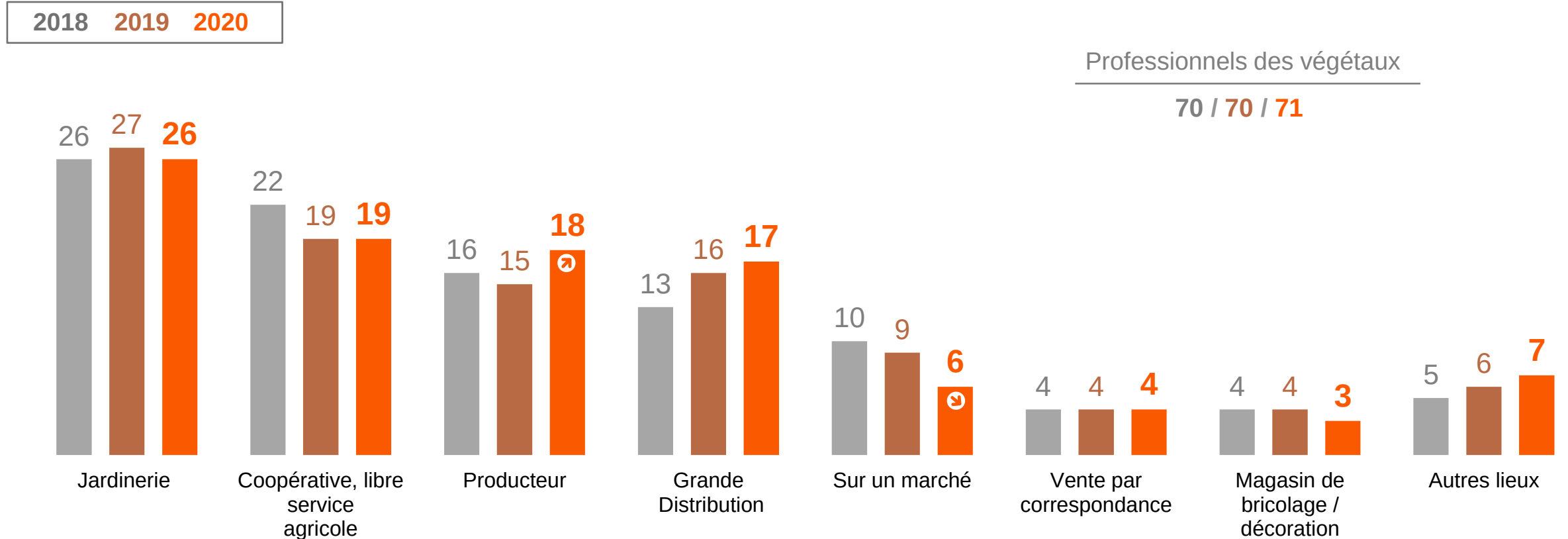


Base : achats de végétaux potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

En valeur, les parts de marché sont plus stables. Les jardineries sont toujours le 1^{er} circuit. Les producteurs progressent tandis que les marchés reculent.

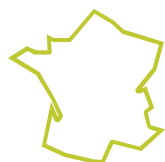
Part de marché des lieux d'achat en % valeur



Base : achats de végétaux potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2019

A retenir, concernant les achats de végétaux d'extérieur (ornement et potager) en France en 2020...



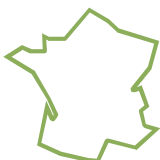
55%

des foyers français ont acheté au moins un végétal d'extérieur soit **15,6 millions de foyers**. Ce qui représente au niveau individu plus d'un tiers, soit **37%** des Français.



60,9€

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'extérieur par les foyers acheteurs, un budget en progression de 2€ en moyenne, qui a permis au marché de rester stable en valeur malgré une baisse des quantités moyennes achetées.



44%

des foyers ont acheté un végétal d'ornement à destination de l'extérieur, c'est 2 points de moins qu'en 2019. Cette partie du marché de l'extérieur a été la plus touchée par la crise.



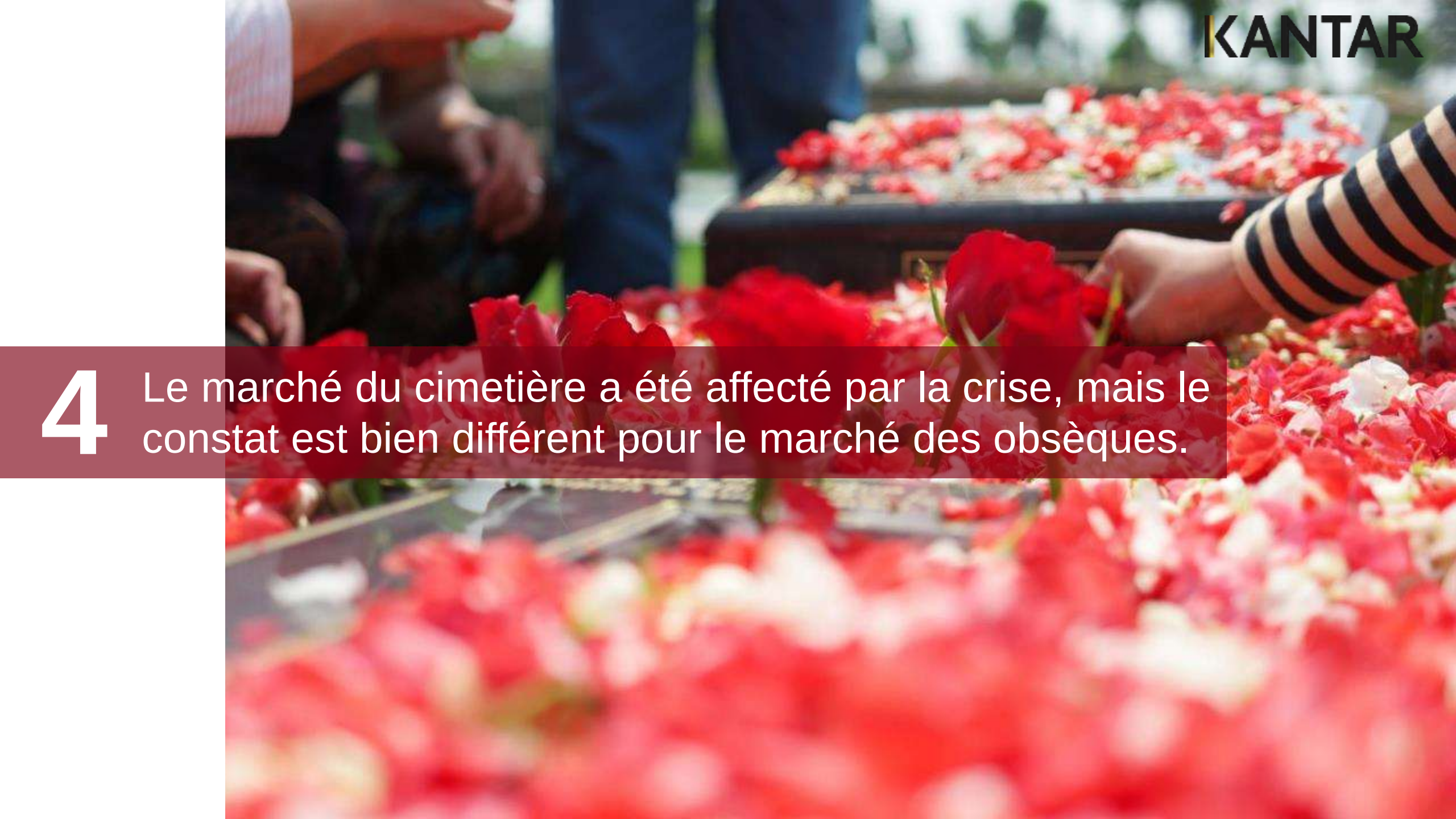
+5%

de volumes achetés pour les végétaux à destination du **potager**, et **+8%** en sommes dépensées par rapport à 2019. Ce marché n'a pas été impacté par les confinements.



+43%

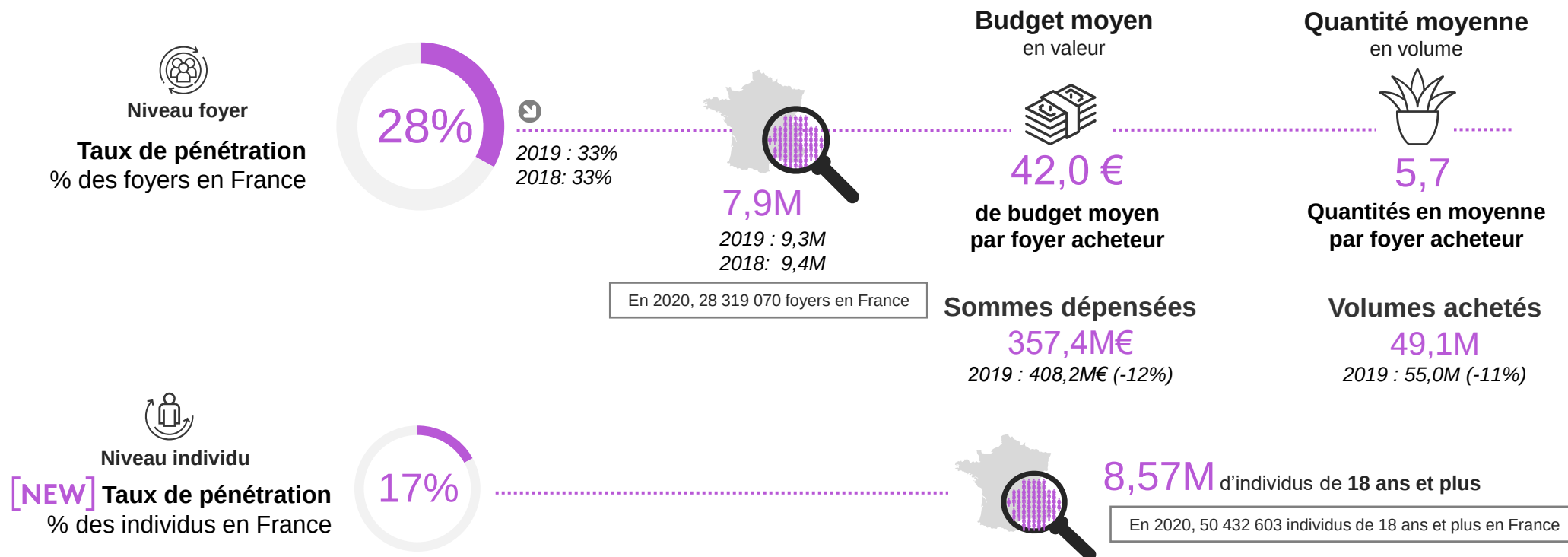
des sommes dépensées chez les **producteurs** pour des végétaux à destination du potager, et **+27%** en grande distribution.



4 Le marché du cimetière a été affecté par la crise, mais le constat est bien différent pour le marché des obsèques.



La part de foyers ayant acheté des végétaux à destination du cimetière est en baisse.
Le budget moyen et la quantité achetée en moyenne par les foyers restent stables.



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000)

[NEW] Les volumes achetés et les sommes dépensées baissent sur les différents lieux d'achats sauf pour les producteurs.



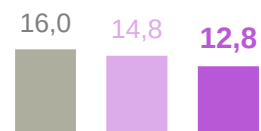
Végétaux pour le cimetière

Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2018 2019 2020

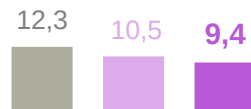
Volumes achetés

Evolution vs 2019



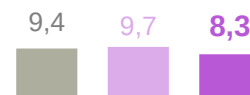
Grande Distribution

-14%



Jardinerie

-10%



Fleuriste

-14%



Producteur

+6%



Libre service agricole

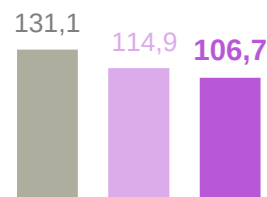
stable

Professionnels des végétaux

36,8M / 32,9M / 31,0M

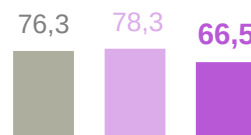
Sommes dépensées

Evolution vs 2019



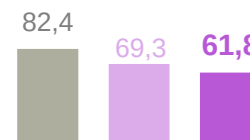
Fleuriste

-7%



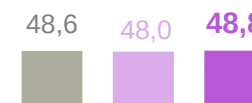
Grande Distribution

-15%



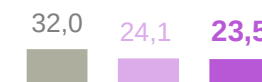
Jardinerie

-11%



Producteur

+2%



Libre service agricole

-2%

Professionnels des végétaux

302,4M / 270,7M / 256,3M

NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux à destination du cimetière



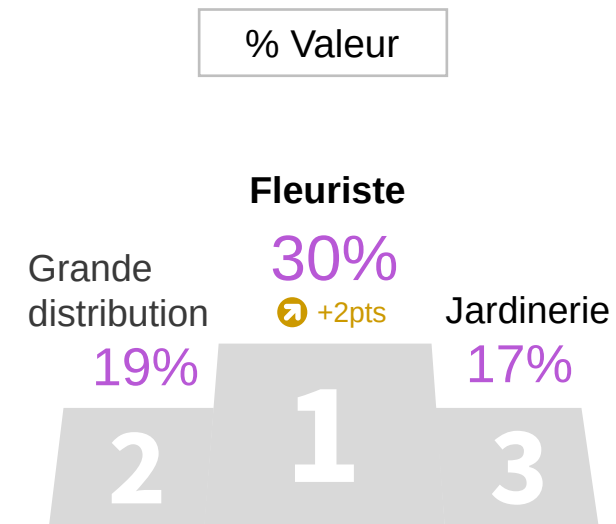
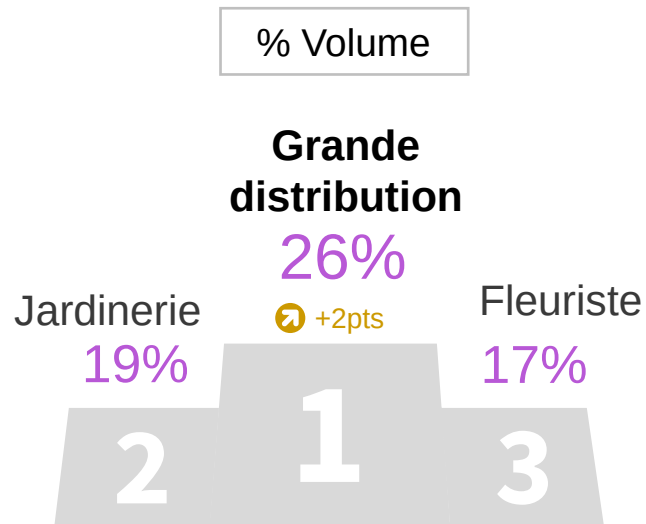
Végétaux pour
le cimetière

La grande distribution augmente sa part de marché et reste le 1^{er} circuit en volume pour les achats à destination du cimetière. D'autre part, le fleuriste renforce sa première position en valeur.

Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



Végétaux pour le cimetière



Base : achats de végétaux à destination du cimetière

Significativement supérieur/inférieur à 2019

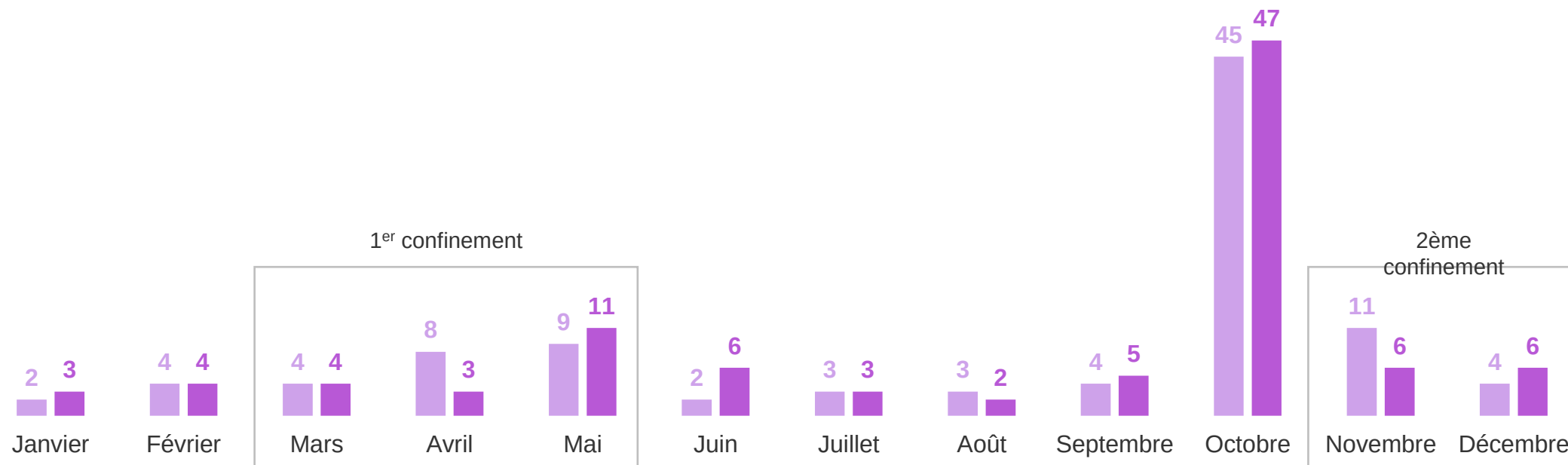
Malgré des volumes achetés en baisse, la répartition des achats reste assez similaire à 2019, et très concentrée sur Octobre.



Végétaux pour
le cimetière

Répartition des quantités achetées par mois de l'année (en %)

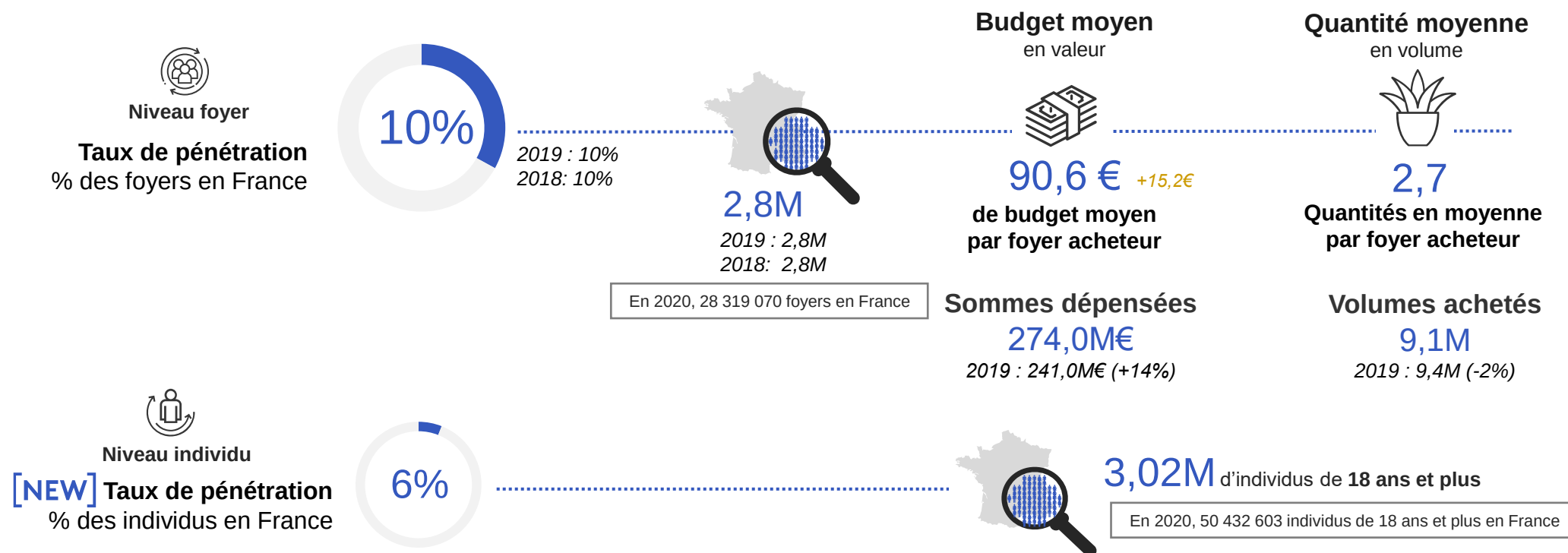
2019 2020



Base : achats de végétaux à destination du cimetière



Pour les achats à l'occasion d'obsèques, le taux de pénétration est stable, mais on observe une forte hausse du budget moyen, qui fait augmenter le marché en valeur.



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : ensemble des foyers (7000)

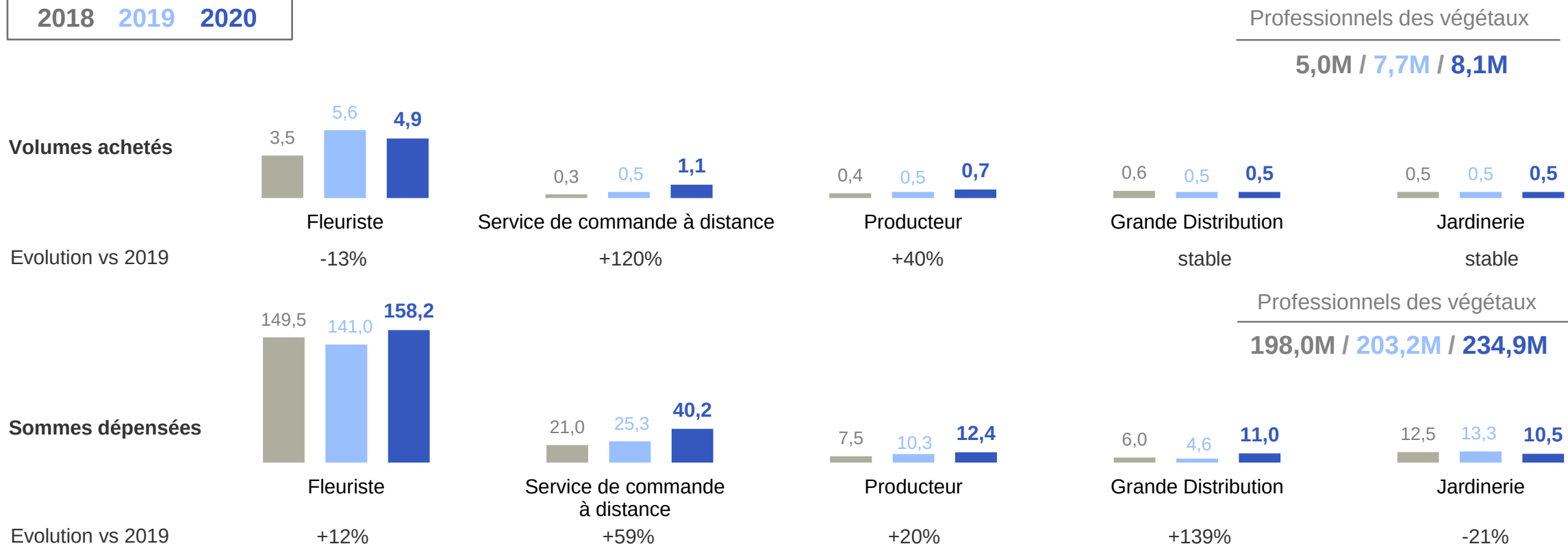
[NEW] Les fleuristes consolident leur poids en sommes dépensées, et les services de commande à distance augmentent considérablement.



Végétaux pour les obsèques

Quantités achetées et sommes dépensées par lieu d'achat (en millions)

2018 2019 2020



NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.
Base : achats de végétaux à destination d'obsèques



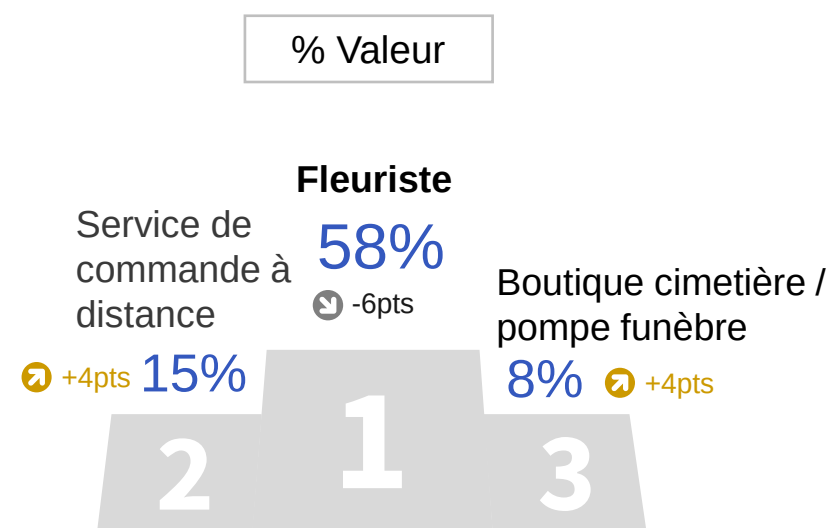
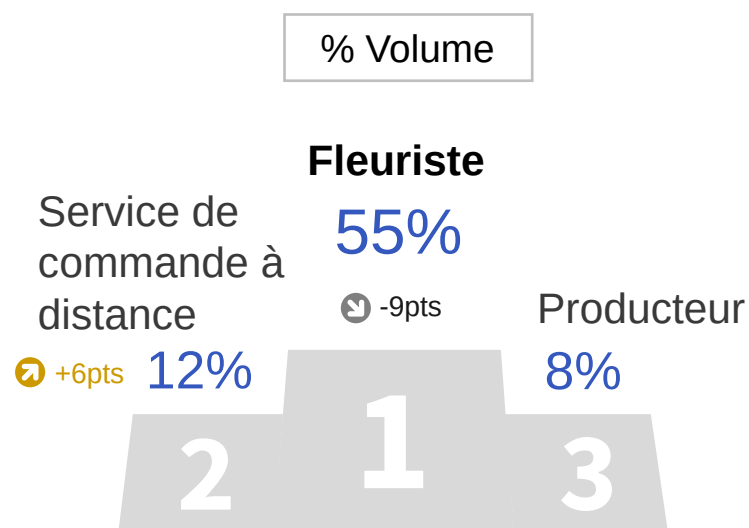
Végétaux pour
les obsèques

Les fleuristes maintiennent leur part de marché prédominante en volume comme en valeur. Les services de commande à distance ont gagné en parts de marché : aidés par les restrictions de mobilité mais aussi par les cérémonies funéraires au nombre de participants restreint.

Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



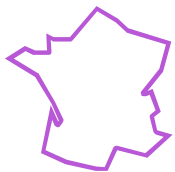
Végétaux pour les obsèques



Base : achats de végétaux à destination d'obsèques

Significativement supérieur/inférieur à 2019

A retenir, concernant les achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques en France en 2020 ...



28%

des foyers français ont acheté un végétal pour le **cimetière**. C'est une diminution de -5pts par rapport à 2019, raison de la baisse du marché en volumes (-11%) et en valeur (-12%).



10%

des foyers ont acheté un végétal pour des obsèques en 2020, comme en 2019.



90,6€

de budget moyen consacré à cette occasion, soit une hausse de +15,2€, qui fait augmenter le marché en valeur (+14%), malgré une relative stabilité des volumes (-2%).



55%

de part de marché en volume pour les fleuristes et 58% en valeur, des proportions en baisse en faveur d'autres lieux d'achat. Malgré cela, les fleuristes sont stables en quantités achetées, et en hausse en valeur.



Merci

KANTAR



Béatrice Guilbert

beatrice.guilbert@kantar.com

01 40 92 44 00

Daniele Schinaia

daniele.schinaia@kantar.com

01 40 92 28 68

Margaux Zaba

margaux.zaba@kantar.com

01 40 92 31 23

Kantar

3, Av. Pierre Masse, 75014 Paris Cedex
01 40 92 66 66 | www.kantar.com |

