

# KANTAR

## Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2021

Avril 2022



# Sommaire

<b>Note méthodologique</b>	<b>3</b>
<b>Les enseignements clés</b>	<b>7</b>
<b>1. Les foyers français ont acheté plus de végétaux et ont sensiblement augmenté le budget dédié</b>	<b>14</b>
1.1 Le marché des végétaux progresse : il retrouve et dépasse le niveau pré-crise en valeur, mais pas encore en volume.	15
1.2 Une progression en valeur liée à l'augmentation de la somme moyenne dépensée par végétal, sur tous les lieux d'achats.	24
1.3 La hausse des quantités moyennes achetées fait diminuer la part de « petits acheteurs » de végétaux.	33
<b>2. Une exceptionnelle progression en valeur du marché de végétaux d'intérieur, grâce à l'augmentation du budget moyen par foyer acheteur.</b>	<b>38</b>
2.1 Le marché des végétaux d'intérieur reprend de façon plutôt uniforme entre lieux d'achat.	42
2.2 Offrir demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur, principalement pour des occasions personnelles.	49
<b>3. Une bonne progression du marché des végétaux d'extérieur, grâce à la bonne performance des végétaux d'ornement.</b>	<b>53</b>
3.1 La part de volumes achetées pour terrasses, balcons, rebords de fenêtre progresse, même si les achats pour le jardin restent majoritaires.	62
3.2 Des sommes dépensées pour les végétaux d'extérieur d'ornement en progression sur tous les lieux d'achats.	65
3.3 Des végétaux à destination du potager plutôt stables, avec la grande distribution qui perd du terrain après l'élan de 2020.	72
<b>4. Le marché du cimetière est en progression, le marché des obsèques progresse en valeur mais pas en quantités.</b>	<b>79</b>

# Note méthodologique

# Des résultats issus de sondages réalisés auprès d'un échantillon constant de foyers représentatif 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 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.

Les analyses du panel consommateurs sont conduites sur 3 niveaux, en segmentant les lieux d'achats 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'achats :

#### PROFESSIONNELS DU VEGETAL

- Fleuristes
- E-fleuristes
- Services de commande à distance de fleurs ou plantes
- Jardineries
- Coopératives agricoles
- Libres-services agricole (LISA)
- Sur l'exploitation (producteurs)
- Grainetiers
- VPC (vente par correspondance)

#### 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 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** désigne ici une personne 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.

## Eléments 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 ouvertes.

### › **Troisième période de confinement :**

du 3 avril au 3 mai 2021

Fermeture de nombreux lieux de vente, et dans les lieux de vente encore ouverts des mesures restrictives sur la vente de biens non essentiels

# Les enseignements clés

# Contexte & enseignements clés en 2021 (1/2)



Dans un contexte économique encore bouleversé par la crise sanitaire et par certaines limitations du commerce, il est important d'établir le **bilan annuel** des achats et des dépenses de végétaux effectués par les Français et d'identifier les nouvelles tendances.

Depuis le début de la pandémie, le marché du végétal est dynamique, avec une claire tendance des Français à s'entourer de plus de vert. En 2020, le marché avait toutefois globalement souffert, surtout en volumes. En 2021, malgré le couvre-feu en début d'année et un mois de confinement au printemps, nous assistons à une **bonne performance** du marché : les points de vente ont été autorisés à rester ouvert car le végétal a été reconnu comme étant essentiel.

Dans un contexte où le **nombre de foyers acheteurs** reste assez **stable** (depuis plusieurs années), les **quantités achetées** profitent d'une **progression** importante, en restant toutefois encore légèrement en dessous des volumes pré-crise : plusieurs mois ne retrouvent pas le niveau de 2019 : janvier et février (à cause du couvre feu), mai (le mois le plus important de l'année, partiellement impacté par le confinement) et novembre.

Cette augmentation de la demande, plus forte que l'offre disponible, couplée avec une pénurie de ressources, a créé une dynamique de **pression sur les prix**. Cela n'a toutefois pas empêché le marché de bien progresser en valeur. La tendance de 2020 se confirme : **les Français sont prêts à dépenser plus pour les végétaux**, avec un prix moyen payé par article en forte hausse pour la deuxième année de suite. Le budget moyen par foyer est donc en forte hausse, ce qui permet au marché de dépasser les niveaux pré-crise en sommes dépensées, particulièrement sur les végétaux d'extérieur.

## Contexte & enseignements clés en 2021 (2/2)

Si les **végétaux d'intérieur** et **d'extérieur d'ornement** progressent de façon importante, le marché des achats de végétaux pour le **potager** est moins dynamique, avec une légère diminution en volume et en valeur. L'attrait pour le jardin reste bien présent mais l'intérêt pour le potager tend à s'essouffler progressivement.

Avec l'affaiblissement de la pandémie, le marché des végétaux pour les **obsèques** diminue significativement en quantités, mais continue de se porter bien en valeur. D'autre part, les Français retournent acheter des végétaux pour le **cimetière**, après la diminution de 2020.

Les **taux de fréquentation** des lieux d'achats convergent globalement vers les niveaux pré-crise. Si en 2020 les producteurs avaient particulièrement bien performé, en 2021 c'est aux **jardineries** de profiter d'une bonne progression, particulièrement en valeur. La grande distribution en revanche perd des volumes pour la deuxième année de suite.

Les achats de végétaux **en ligne**, qui étaient en croissance en 2020, se stabilisent en 2021 : le taux d'acheteurs sur Internet reste stable, mais les quantités achetées et les sommes dépensées ne progressent pas autant que le marché. La part de marché des achats sur Internet diminue légèrement et reste minoritaire.

Le **profil** des acheteurs est toujours très caractérisé : environ deux tiers de la valeur du marché est réalisé par des femmes et par les individus de 55 ans et plus, et cette tendance se renforce en 2021, avec une augmentation de la part des femmes et des personnes de 65 ans et plus.



# Les enseignements clés en 2021 : global



Ensemble des  
végétaux

# 1

## Les foyers ont acheté plus de végétaux et ont sensiblement augmenté le budget dédié.



- En 2021, **75% des foyers ont acheté au moins un végétal**, taux stable par rapport à 2020. Cela représente 21,3 millions de foyers. Au niveau individu c'est plus de la moitié (57%) des Français de 18 ans et plus qui ont effectué au moins un achat de végétaux dans l'année (+2pts vs 2020).
- Le **budget moyen** des foyers augmente fortement et s'élève à 130€ (+17,20€ vs 2020), les **quantités moyennes** achetées retrouvent un niveau similaire à avant la crise, passant ainsi de 29,7 à 31,7 végétaux.
- L'ensemble du marché se dirige vers la sortie de la crise sanitaire, par rapport à 2020. Le marché a profité d'un **boom en valeur**, avec une **forte hausse** des sommes dépensées de +15%, portée par les **végétaux d'extérieur et d'intérieur**, mais en volume le constat est plus mitigé (+5%). Les **végétaux d'extérieur** constituent toujours l'essentiel des volumes, et leur poids est en augmentation en valeur.
- La progression du marché en valeur est principalement liée à l'augmentation de la **somme moyenne** dépensée pour un végétal, observée sur tous les circuits d'achats.
- Les **jardineries**, les **marchés** et les **magasins de bricolage et décoration** connaissent une forte augmentation en **volumes**, au détriment de la grande distribution qui perd en parts de marché. En **sommes dépensées**, tous les lieux d'achats progressent (mis à part la vente par correspondance) et dépassent les niveaux pré-crise, surtout les **jardineries** qui gagnent des parts des marchés.
- Les achats sur **Internet**, qui étaient un potentiel levier de croissance en 2020, se stabilisent en 2021 : le taux d'acheteurs sur Internet est de 6% pour les végétaux d'intérieur et de 6% pour les végétaux d'extérieur (8% au global pour les végétaux d'ornement hors potager, comme en 2020).

# Les enseignements clés en 2021 : intérieur



Végétaux  
d'intérieur

## 2 Une exceptionnelle progression en valeur du marché de végétaux d'intérieur, grâce à l'augmentation du budget moyen par foyer acheteur.



- Le marché des végétaux d'intérieur **remonte la pente**: il est en hausse de 8% en volumes achetés, 16% en sommes dépensées (dépassant le niveau de 2019). Les restrictions liées à la crise sanitaire sont levées, les Français retrouvent leurs habitudes de consommation.
- **53% des foyers ont acheté un ou plusieurs végétaux d'intérieur**, un chiffre en hausse de 1pt par rapport à 2020. Le budget moyen augmente considérablement et s'élève à 65,80€ (+7,60€ vs 2020). Au niveau individuel, c'est 38% des Français de 18 ans ou plus qui ont acheté des végétaux d'intérieur (+3pts vs 2020, soit environ 1,8 million de Français de plus).
- Les **quantités achetées** et les **sommes dépensées** sont **en hausse de façon uniforme sur tous les lieux d'achats**, sauf les jardineries qui gardent des volumes stables. La grande distribution reste le circuit principal en volumes (35%) suivie par les fleuristes (30%). En sommes dépensées les fleuristes sont largement en tête du classement (47%), il s'agit également du lieu le plus fréquenté pour ce type d'achat.
- Même si en volume et en valeur la répartition entre achats pour offrir et pour soi-même reste stable, on remarque une forte **hausse** des acheteurs **qui s'offrent des végétaux d'intérieur** : suite à la crise sanitaire, les Français retrouvent le plaisir **de s'entourer de végétaux à l'intérieur** de leur logement.

# Les enseignements clés en 2021 : extérieur



Végétaux  
d'extérieur

# 3

Une bonne progression du marché des végétaux d'extérieur, grâce à la bonne performance des végétaux d'ornement.



- En 2021, les **végétaux d'extérieur** (d'ornement et pour le potager) ont été achetés par **57% des foyers** (+2pts vs 2020). Cela représente au niveau individu 39% des Français, 1 million de plus que l'année précédente. Le marché profite d'une bonne performance et affiche une hausse de +5% en volumes achetés et de +19% en sommes dépensées.
- Plus en détail, 47% des ménages ont acheté des végétaux d'ornement (+3pts vs 2020) et 36% des végétaux à destination du potager (stable).
- Le **budget moyen** consacré aux végétaux d'extérieur augmente de façon significative et s'élève à 71,10€ (+10,20€ vs 2020). Une forte augmentation concentrée sur les **végétaux d'ornement**, alors que le budget pour le potager reste stable.
- La progression du marché des végétaux d'extérieur est donc fortement corrélée à la **progression de l'ornement**, qui connaît une forte croissance en volume (+18%) et en sommes dépensées (+17%), contrairement aux végétaux pour le potager, moins dynamiques (-5% en volume, -2% en sommes dépensées).
- Les **jardineries** sont en énorme progression, à la fois en fréquentation, en quantités achetées et en sommes dépensées, majoritairement grâce à leur leadership sur le segment des végétaux d'extérieur d'ornement. En revanche, les **producteurs** ont perdu leur avance de 2020. En fréquentation, la grande distribution reste le lieu le plus populaire avec les jardineries.

# Les enseignements clés en 2021 : cimetière & obsèques

## 4 Le marché du cimetière est en progression, le marché des obsèques progresse en valeur mais pas en quantités.



- **30% des foyers ont acheté un végétal pour le cimetière**, un chiffre en hausse de +2pts par rapport à 2020. Le **marché du cimetière progresse**, avec une hausse de +8% en volume et 9% en sommes dépensées.
- La **grande distribution** reste en tête des parts de marché en volume, et le **fleuriste** en sommes dépensées. Les **jardineries** se retrouvent à la 2<sup>ème</sup> place grâce à une bonne progression en volume et en valeur.
- **11% des foyers** ont fait un achat de **végétaux pour les obsèques**. Ce segment de marché est en baisse en volume (-14%) mais progresse en sommes dépensées (+8%).
- En 2021, les **jardineries** et les **fleuristes** enregistrent des fortes hausses en volume et surtout en valeur, au détriment des autres circuits, les fleuristes restant largement le lieu d'achat principal pour les obsèques. Les achats via les services de commande à distance baissent : la crise ne bloquant plus la mobilité, les acheteurs retournent en magasin.

1

Les foyers français ont acheté plus de végétaux et ont sensiblement augmenté le budget dédié.



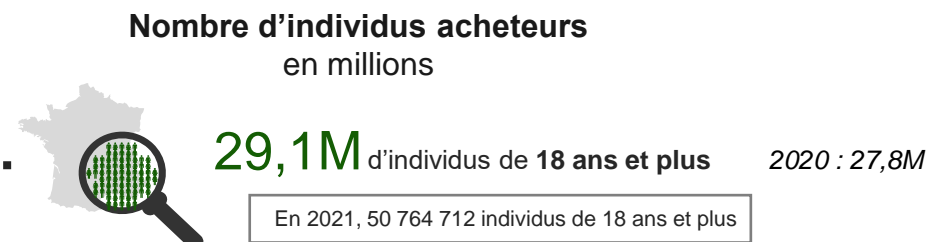
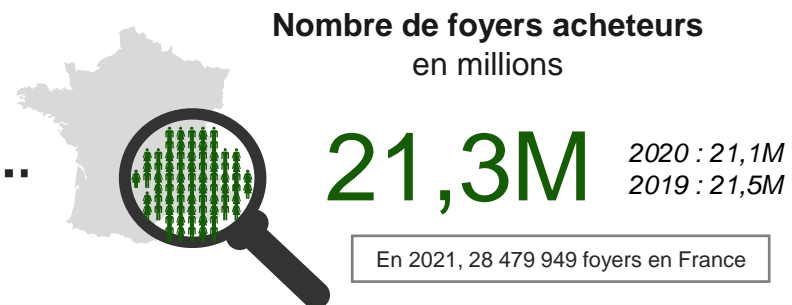
# 1.1

Le marché des végétaux progresse : il retrouve et dépasse le niveau pré-crise en valeur, mais pas encore en volume.



Malgré la persistance de la crise sanitaire tout au long de l'année, la part de foyers acheteurs de végétaux reste stable : 3 foyers sur 4 en ont acheté en 2021. Tous les membres du foyer n'achètent pas de végétaux : 57% des individus de 18 ans et plus en ont acheté au cours de l'année.

## ENSEMBLE DES VÉGÉTAUX (ORNEMENT ET POTAGER)



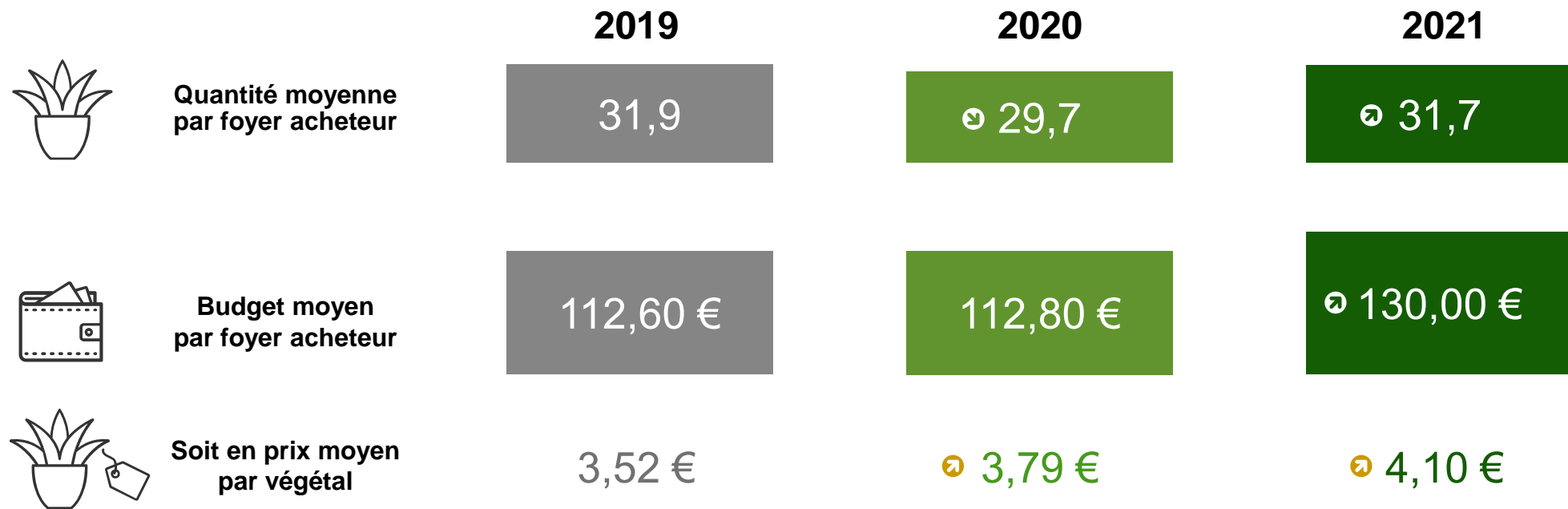
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : Ensemble des foyers (7000)

↗ ↻ Significativement supérieur/inférieur à 2020





En moyenne, les foyers ont acheté environ 2 végétaux de plus par rapport à 2020. La quantité moyenne achetée par foyer revient donc au niveau de 2019, mais les sommes dépensées ont fortement augmenté : +17€ de budget annuel dédié aux végétaux.

Budget moyen et quantité moyenne achetée



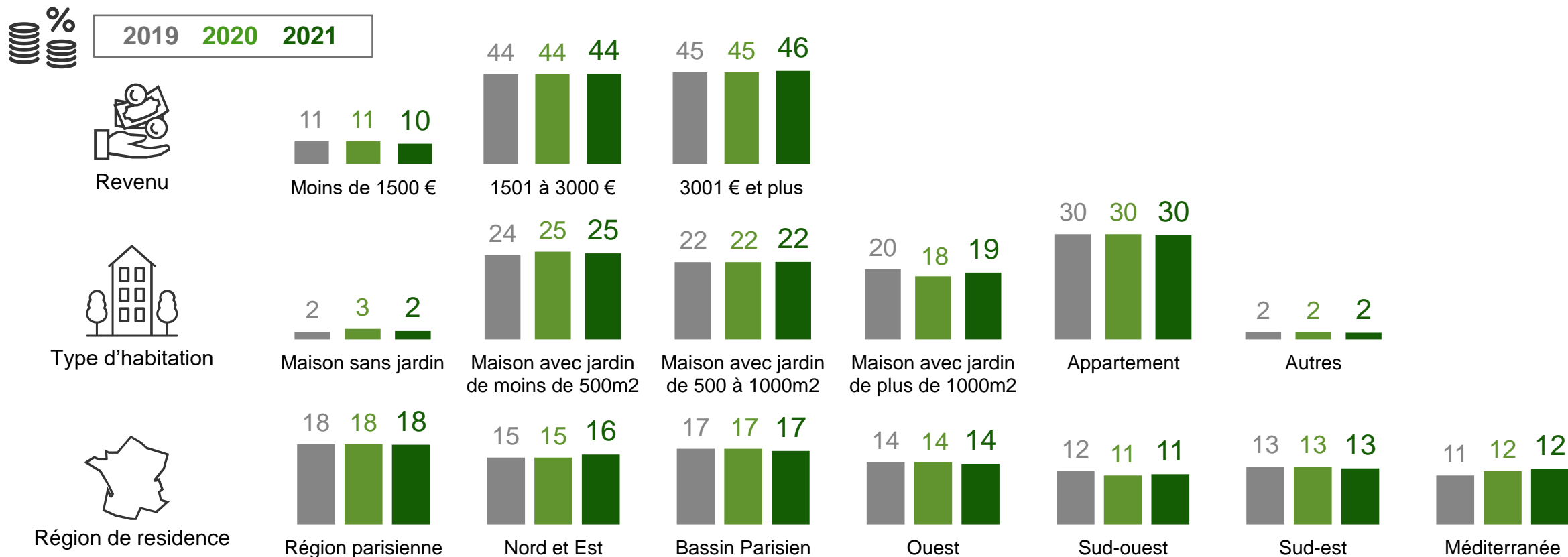
Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5245). Ensemble des végétaux

  Significativement supérieur/inférieur à 2020



La répartition des sommes dépensées par revenu, type d'habitation et région de résidence du foyer restent stables.

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



Base : Ensemble des foyers acheteurs de végétaux (5245). Ensemble des végétaux

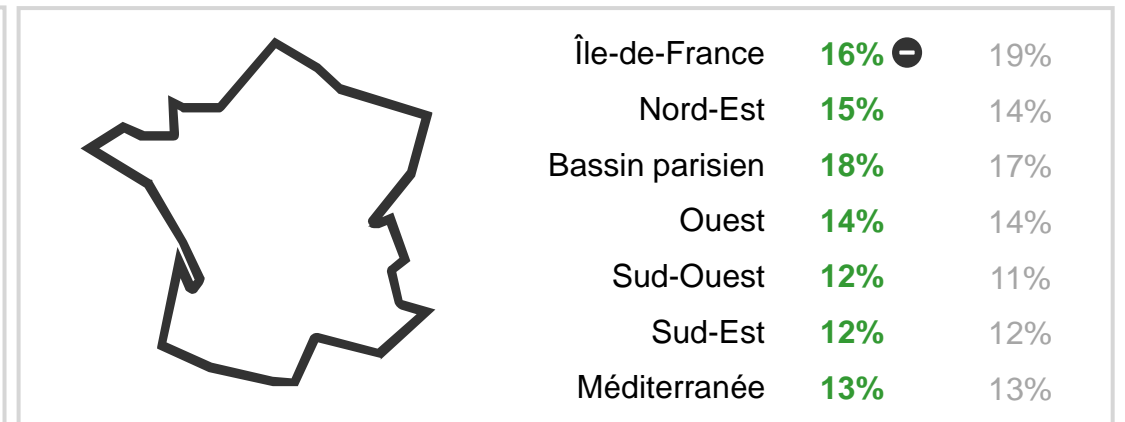
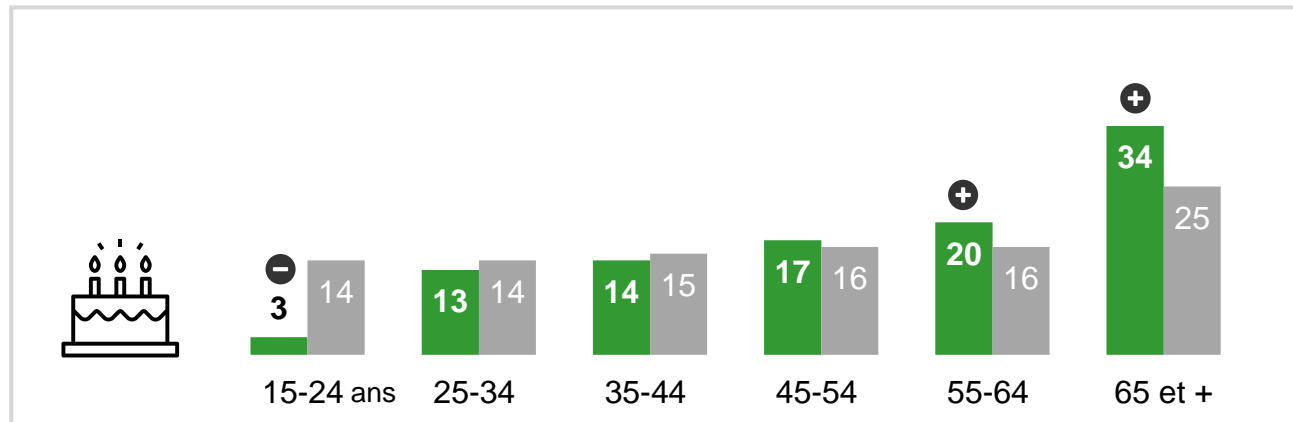
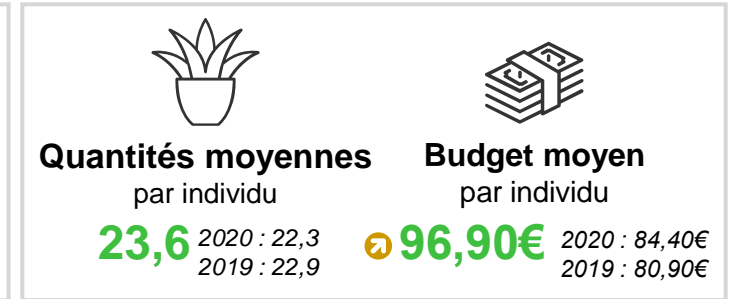
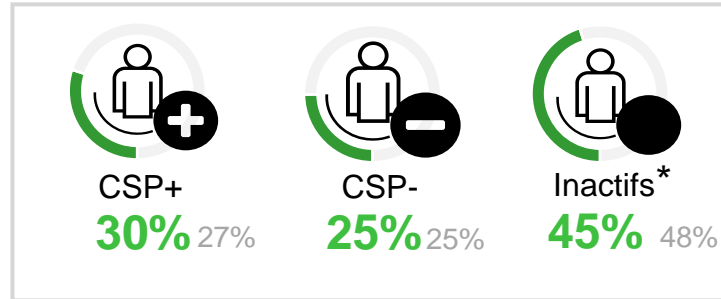
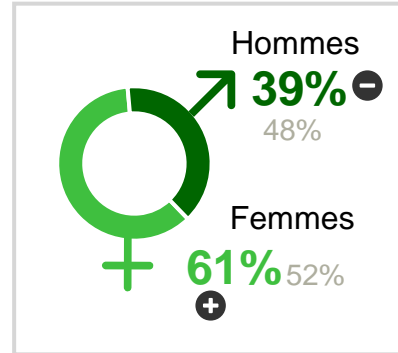


# Le profil des individus achetant des végétaux est plus féminin et plus senior que celui de l'ensemble de la population.

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



■ Acheteurs de végétaux  
■ Ensemble de la population



Base: Ensemble des individus acheteurs de végétaux (7039)

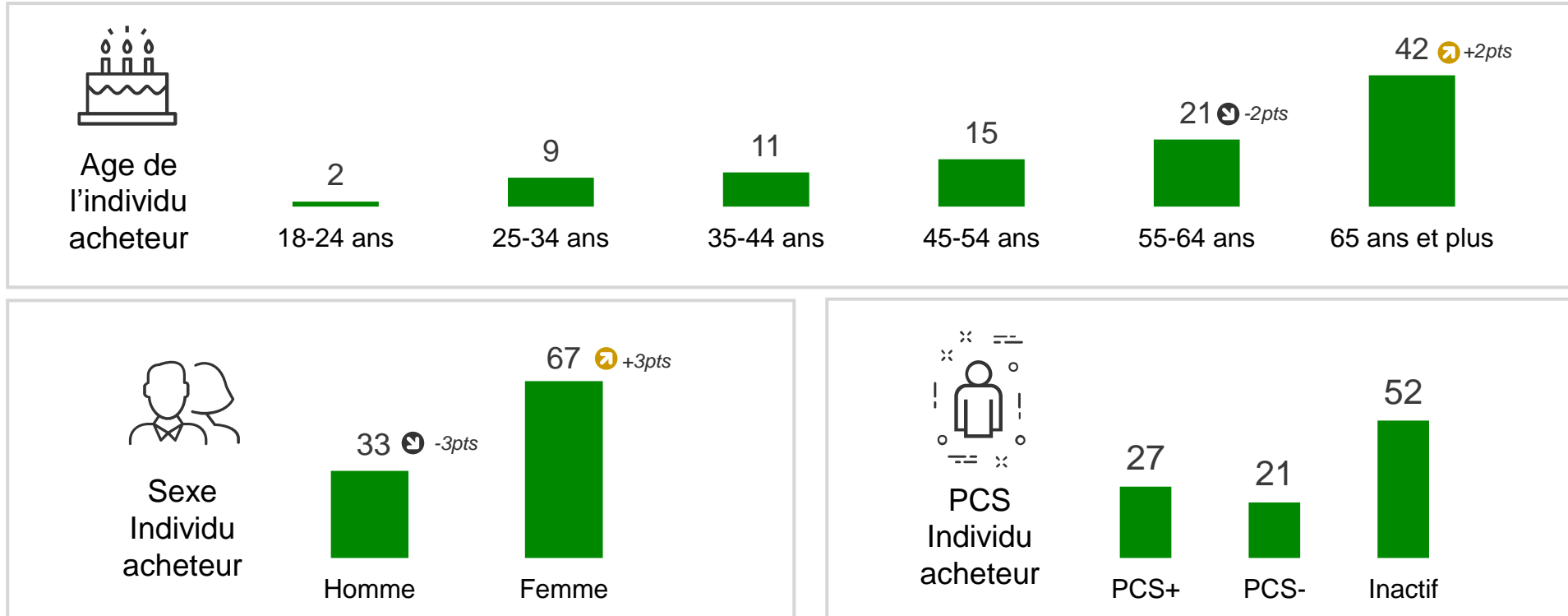
\* La catégorie inactif regroupe les individus sans profession, dont les étudiants mais aussi les retraités

⬆️ ⬆️ Significativement supérieur/inférieur à 2020  
⬆️ ⬆️ Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble de la population



En conséquence les dépenses sont générées majoritairement par les seniors (63% par les 55 ans et plus) et les femmes (67%, 3 points de plus qu'en 2020).

Répartition des sommes dépensées selon le profil de l'individu acheteur (en valeur %)



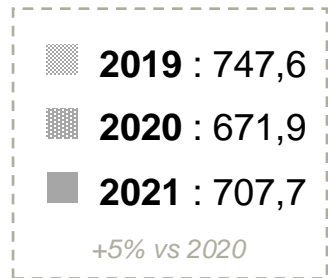
Base : acheteurs de végétaux de 18 ans ou plus (7004)

Significativement supérieur/inférieur à 2020

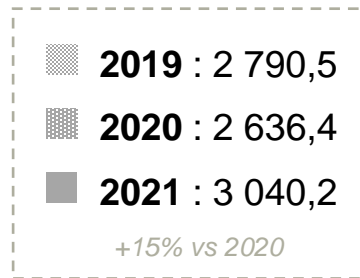


Les quantités achetées et les sommes dépensées augmentent pour quasiment tous les types de végétaux (excepté sur le segment des obsèques) entre 2020 et 2021. En valeur, le marché retrouve et dépasse le niveau de 2019.

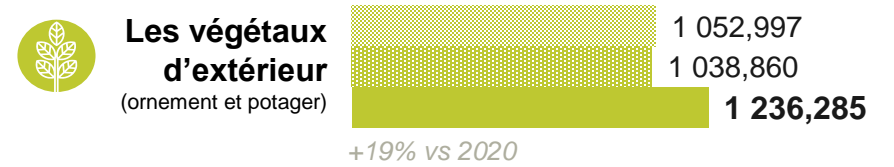
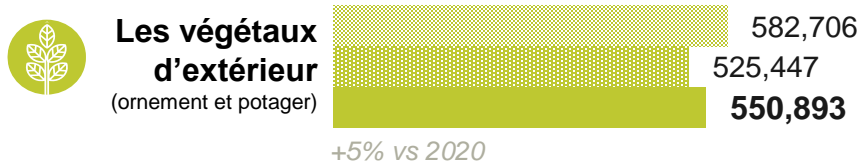
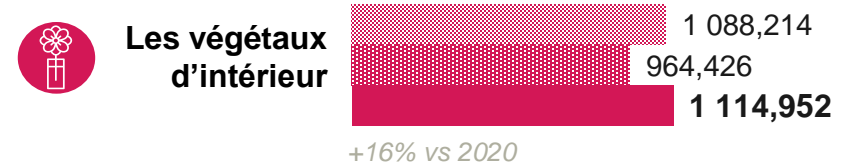
Volume et valeur des différents marchés (en millions)



**Volume**  
Quantités achetées (QA)



**Valeur**  
Sommes dépensées (SD)



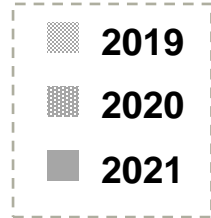
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.



Ensemble des végétaux + Sapins de Noël

En volume, le poids des différents marchés reste stable, mais en valeur le poids des végétaux d'extérieur est en hausse significative.

Poids des différents marchés



Les végétaux d'intérieur

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



Les végétaux d'extérieur (ornement et potager)

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



Pour le cimetière

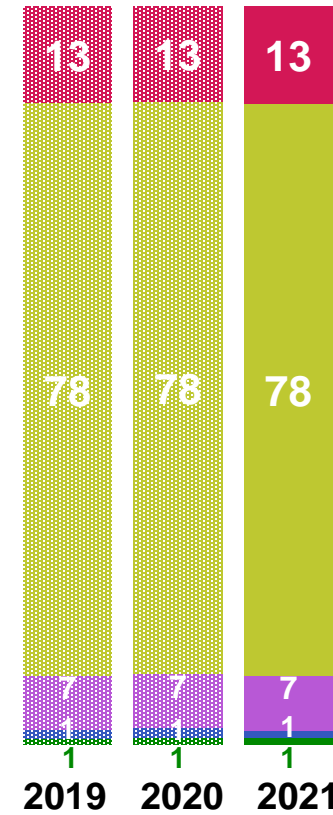


Obsèques

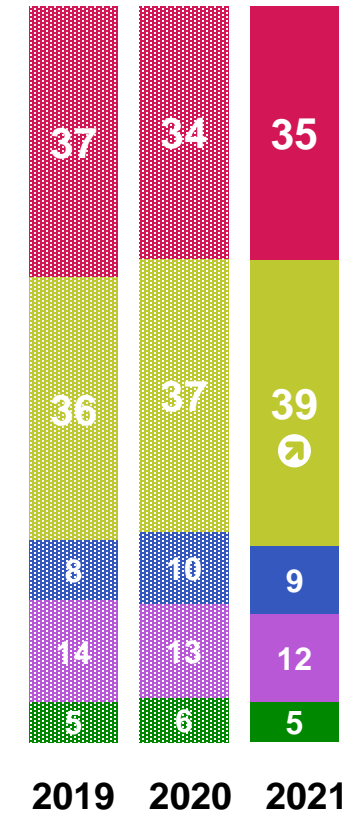


Sapins de Noël naturels

% Volume Quantités achetées (QA)



% Valeur Sommes dépensées (SD)



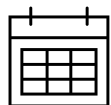
Significativement supérieur/inférieur à 2020

Base : ensemble des végétaux + sapins de Noël naturels



**[NEW]** La majorité des achats de végétaux se fait sur la période février-mai, avec un pic de saisonnalité en octobre. Les restrictions de la crise sanitaire ont eu un impact significatif sur les quantités achetées en janvier/février (couvre-feu) et en novembre.

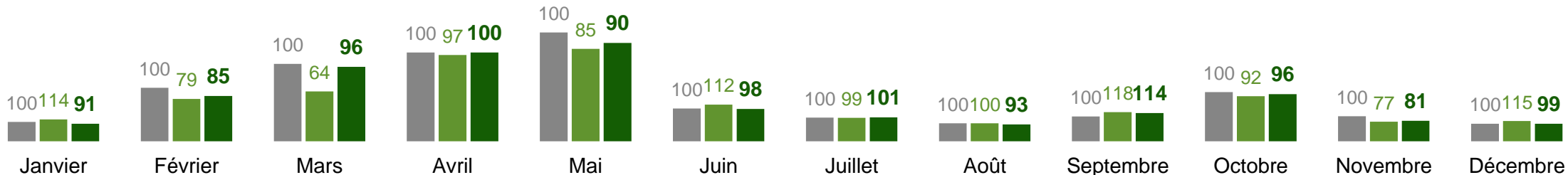
**Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)**



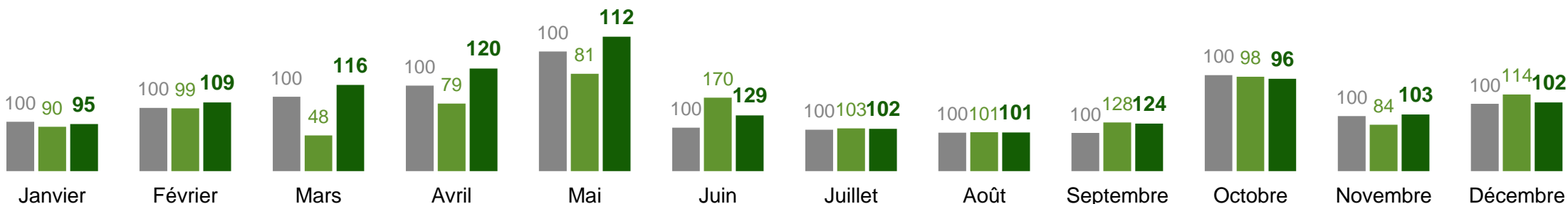
2019 2020 2021



Volumes achetés



Sommes dépensées



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



1.2

Une progression en valeur liée à l'augmentation de la somme moyenne dépensée par végétal, sur tous les lieux d'achats.



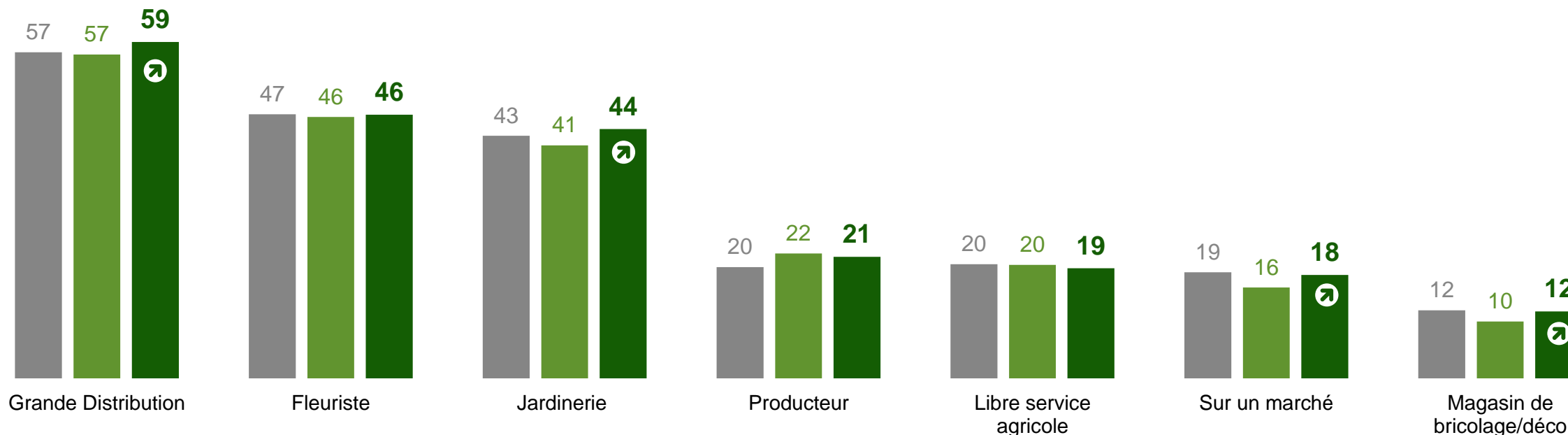
Ensemble des végétaux

La grande distribution demeure le 1er circuit d'achat. La fréquentation reprend dans les jardineries, sur les marchés et dans les magasins de bricolage et décoration.

### Pénétration des lieux d'achats en % foyers



2019 2020 2021



Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) / 5245

Significativement supérieur/inférieur à 2020



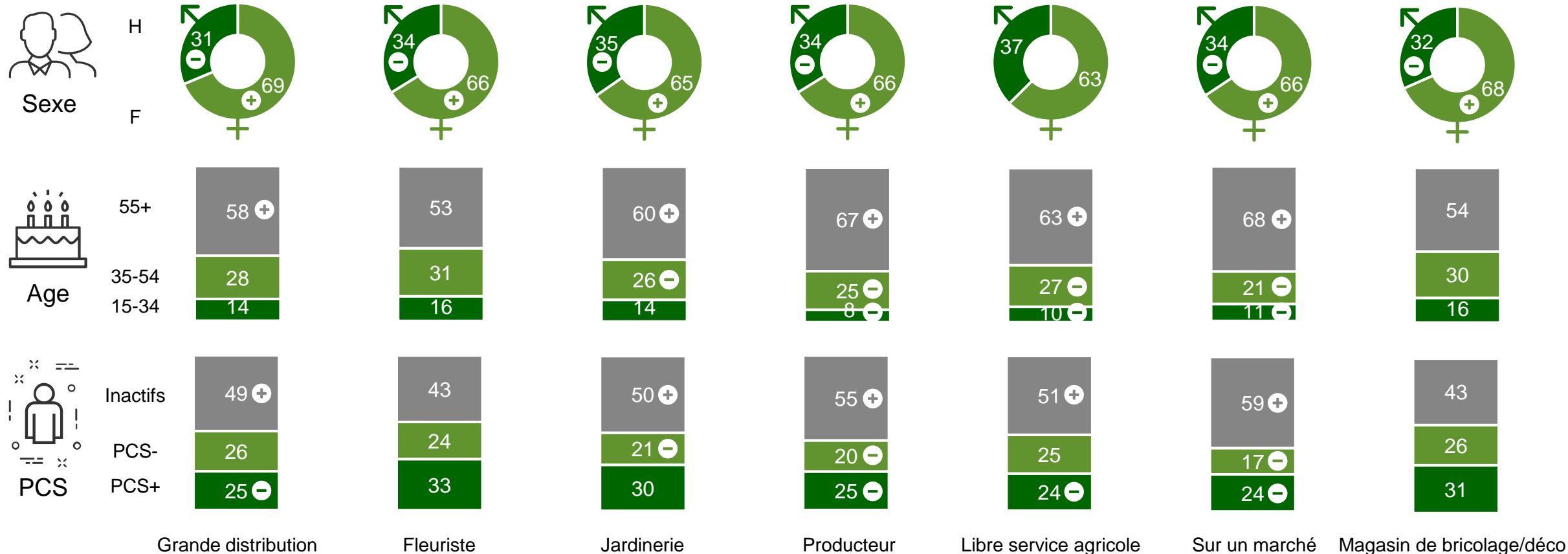
Ensemble des végétalux

**[NEW]** Les inactifs et les plus de 55 ans sont encore plus en force chez les producteurs, sur les marchés et sur les LISA. Les femmes sont très majoritairement présentes sur tous les lieux d'achats, mais de façon moins marquée sur les LISA.

**Profil des individus acheteurs de végétaux par lieu d'achat** (en % d'individus)



⊕ ⊖ Significativement supérieur ou inférieur à l'ensemble des acheteurs



Base: Individus acheteurs de végétaux dans chacun des lieux d'achats

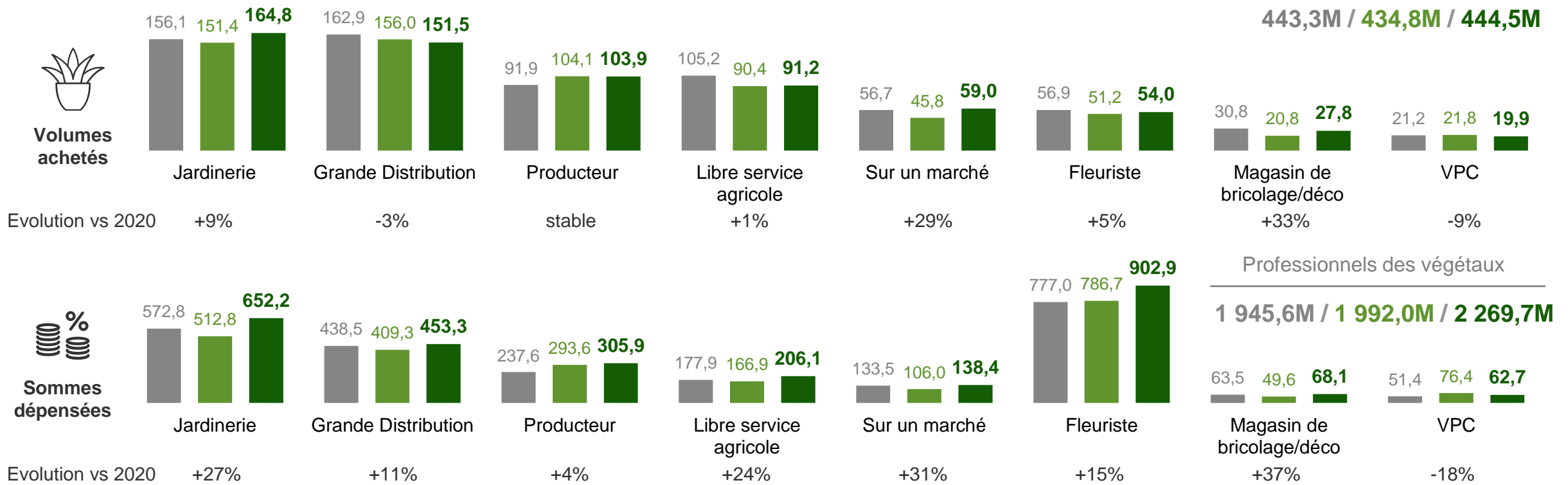


Ensemble des végétaux

En volume, les jardineries, les marchés et les magasins de bricolage/décoration marquent une forte augmentation. En sommes dépensées, tous les lieux d'achats progressent (mis à part la vente par correspondance) et dépassent les niveaux pré-crise.

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

2019 2020 2021



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

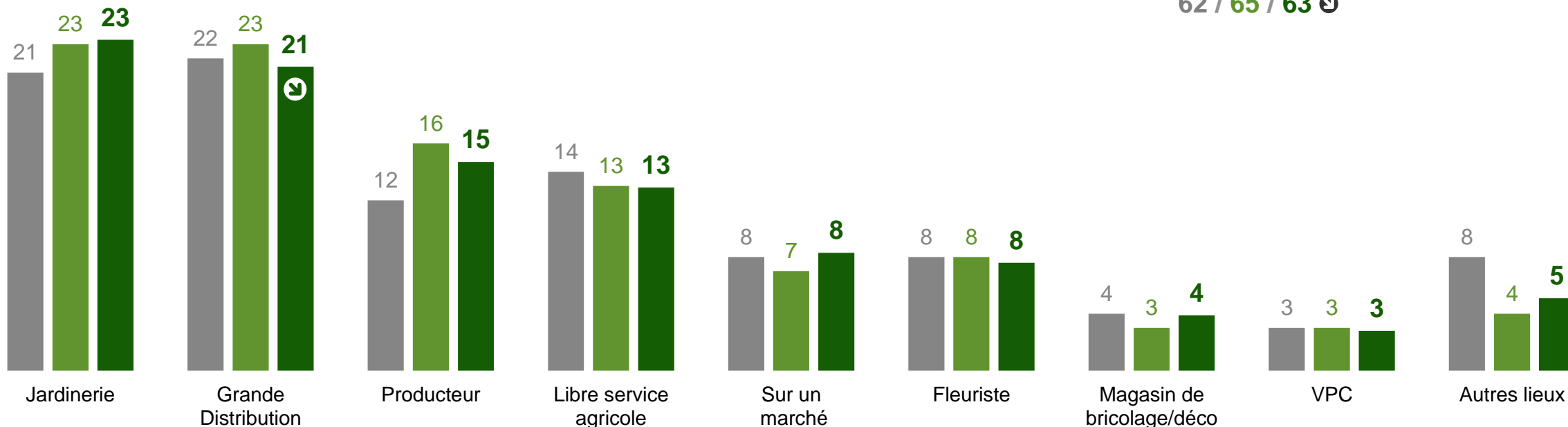


Malgré une plus large fréquentation, la grande distribution perd des parts de marché en volume et, pour la première fois, laisse en tête les jardinerie.

Part de marché des lieux d'achats en % volume



2019 2020 2021



Professionnels des végétaux

62 / 65 / 63

Base : ensemble des achats de végétaux

Significativement supérieur/inférieur à 2020

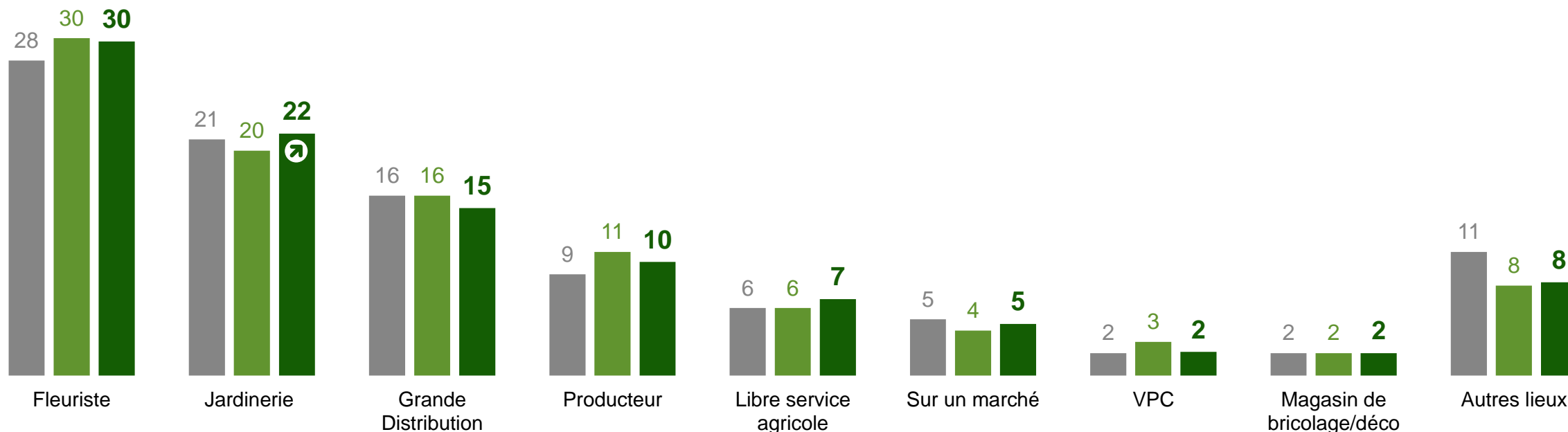


En valeur, les professionnels des végétaux détiennent toujours trois quarts du marché. Les fleuristes restent le 1<sup>er</sup> circuit. La part des jardinerie remonte au niveau pré-crise.

### Part de marché des lieux d'achats en % valeur



2019 2020 2021



Professionnels des végétaux

74 / 76 / 75

Base : ensemble des achats de végétaux

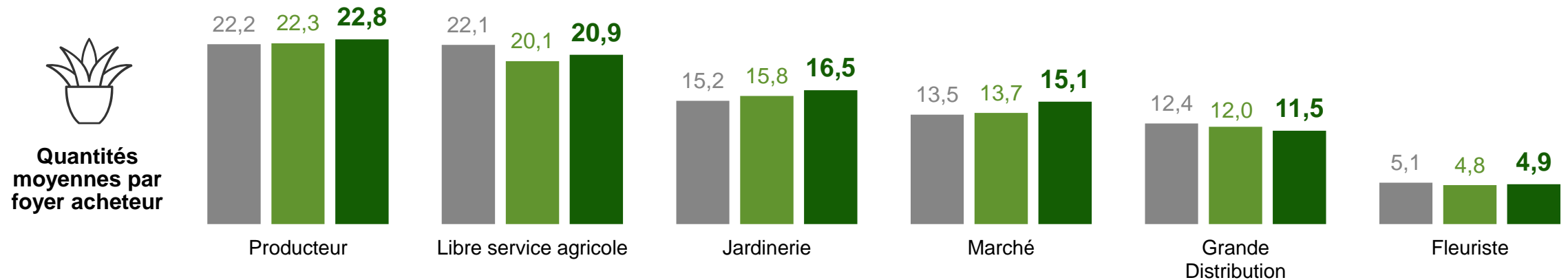
↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



La quantité moyenne achetée par circuit reste globalement stable, avec néanmoins une tendance à la hausse dans les LISA, les jardineries et sur les marchés. La quantité achetée sur une année est plus élevée chez les producteurs et les LISA, plus limitée chez les fleuristes.

Quantités achetées en moyenne par foyer acheteur dans le circuit

2019 2020 2021



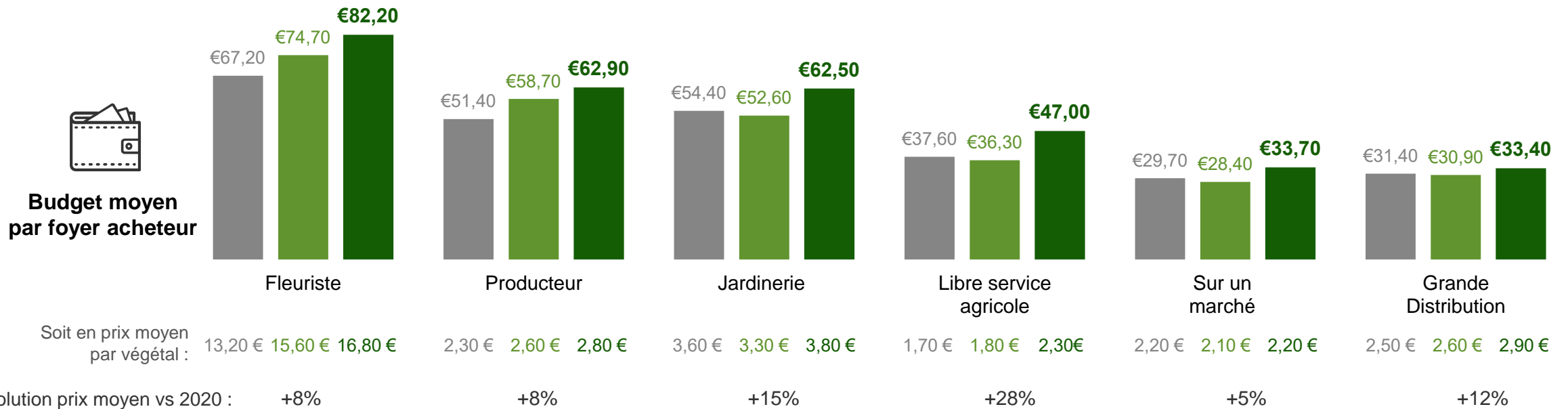
Base : ensemble des acheteurs de végétaux (ornement ou potager) dans chaque canal



En revanche le budget moyen augmente dans tous les lieux d'achats. Cela est dû principalement à la hausse du prix moyen payé pour un végétal, visible dans tous les circuits de distribution.

**Budget moyen par foyer acheteur dans le circuit**

2019 2020 2021



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



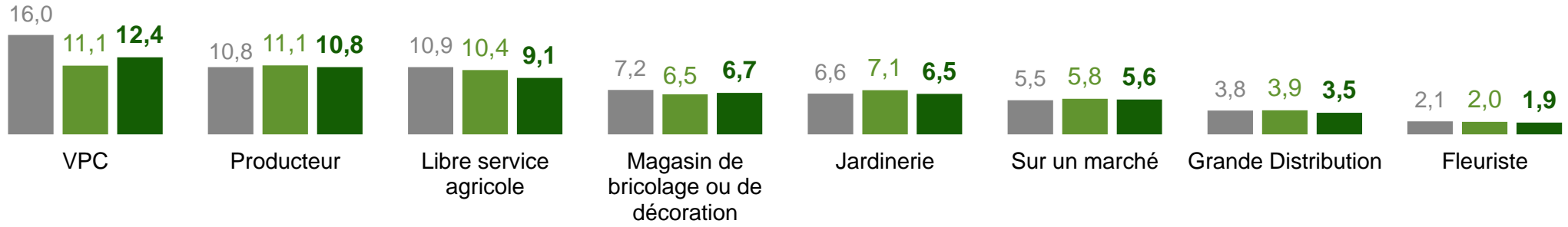
Le panier moyen par achat est plus élevé en quantité pour les ventes par correspondance, chez les producteurs et les libres services agricoles. En valeur, on retrouve le panier moyen le plus élevé sur les ventes par correspondance, les producteurs et les fleuristes.

Panier moyen par achat dans le circuit

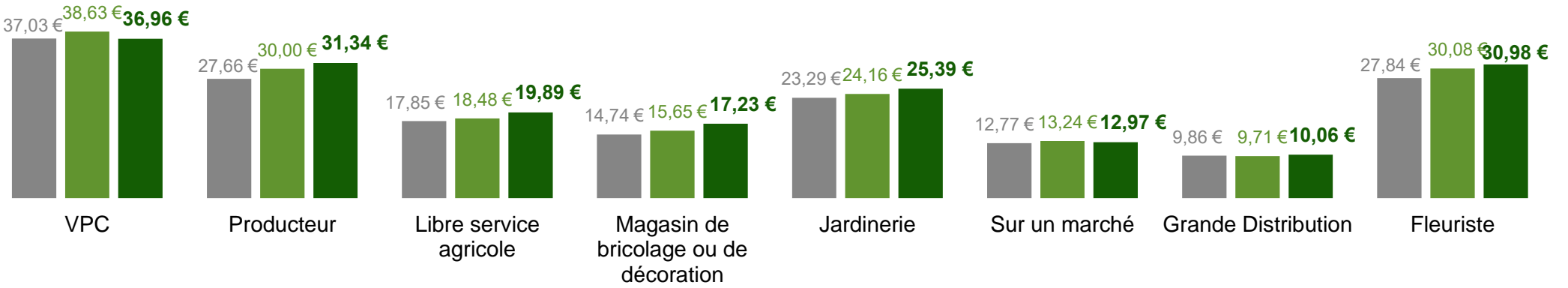
2019 2020 2021



Panier moyen par achat En volume



Panier moyen par achat En valeur



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

A close-up photograph of a woman wearing a vibrant red headscarf and a dark blue jacket. She is leaning her head towards a tray of potted flowers, including purple and red blooms, and appears to be smelling them. The background is softly blurred, showing other market stalls and greenery.

1.3

La hausse des quantités moyennes achetées fait diminuer la part de « petits acheteurs » de végétaux.

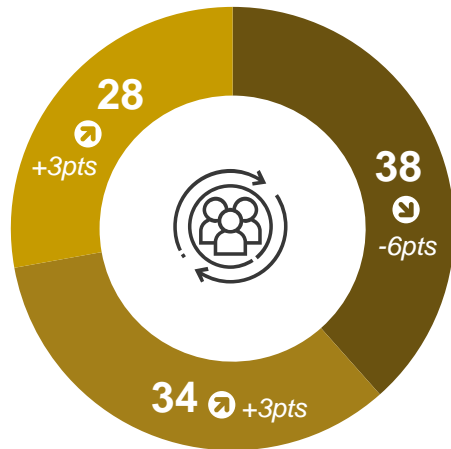


La hausse de la quantité achetée par foyer fait augmenter la part des moyens et gros acheteurs. Ces derniers représentent toujours 3/4 des volumes, mais en valeur la répartition est moins marquée, avec des petits et moyens qui en moyenne achètent à des montants plus élevés.

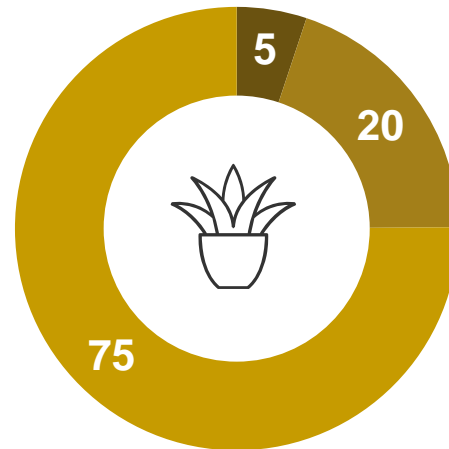
Indicateurs pénétration, volume et valeur

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

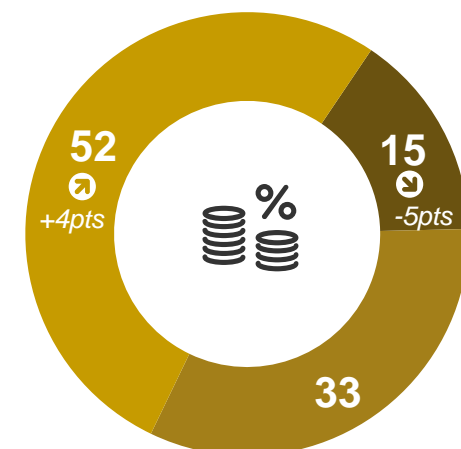
Répartition des Acheteurs (foyer)





Répartition des quantités achetées



Répartition des sommes dépensées



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2021), moyens (1767), gros (1457)

  Significativement supérieur/inférieur à 2020



Ensemble des végétaux

Les gros acheteurs ont plus fréquenté les jardineries et les marchés et moins les producteurs, les LISA et la grande distribution. Cette dernière en revanche a attiré plus de moyens acheteurs, qui se sont moins rendus chez les fleuristes et producteurs.

### Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs

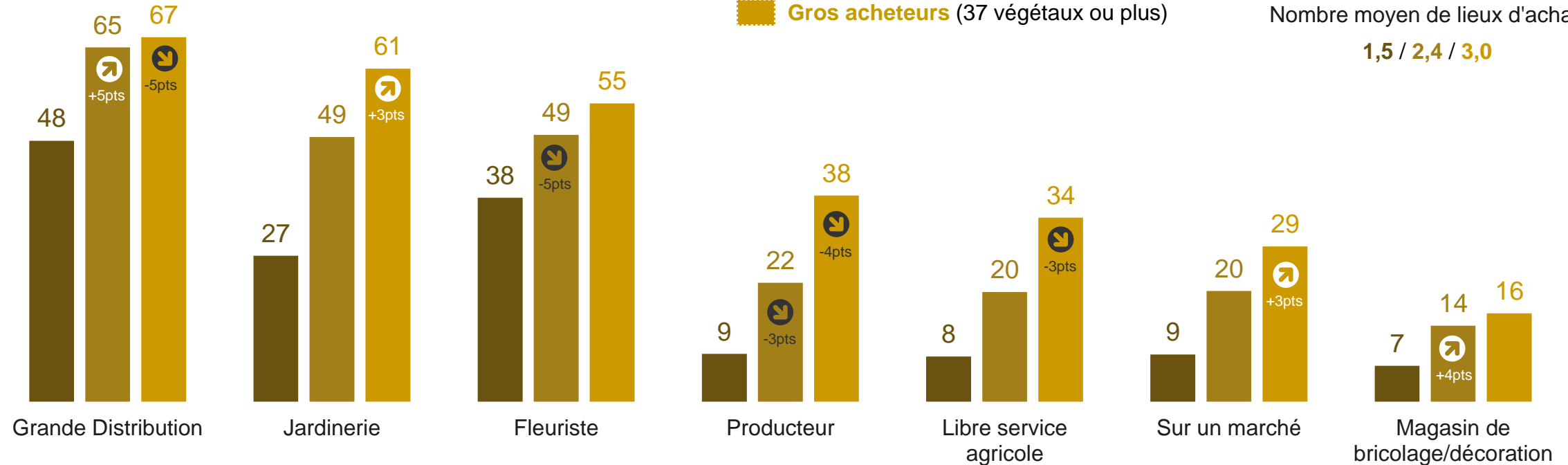


- Petits acheteurs** (1 à 10 végétaux)
- Moyens acheteurs** (11 à 36 végétaux)
- Gros acheteurs** (37 végétaux ou plus)

### Professionnels des végétaux

71 / 89 / 96  
↻ ↻

Nombre moyen de lieux d'achats  
1,5 / 2,4 / 3,0



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2021), moyens (1767), gros (1457)

↻ ↻ Significativement supérieur/inférieur à 2020



La grande distribution est le 1<sup>er</sup> circuit en quantités achetées chez les petits et moyens acheteurs, suivie par la jardinerie, qui progresse. Pour les gros acheteurs, la jardinerie prend le devant sur la grande distribution.

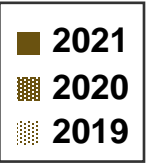


En Volume

PETITS ACHETEURS

MOYENS ACHETEURS

GROS ACHETEURS



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2021), moyens (1767), gros (1457)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



En sommes dépensées, le fleuriste reste le 1er circuit quel que soit le type d'acheteurs, même si le circuit recule chez les moyens acheteurs. Les jardinerie progressent sur tous les types d'acheteurs, au détriment des producteurs.

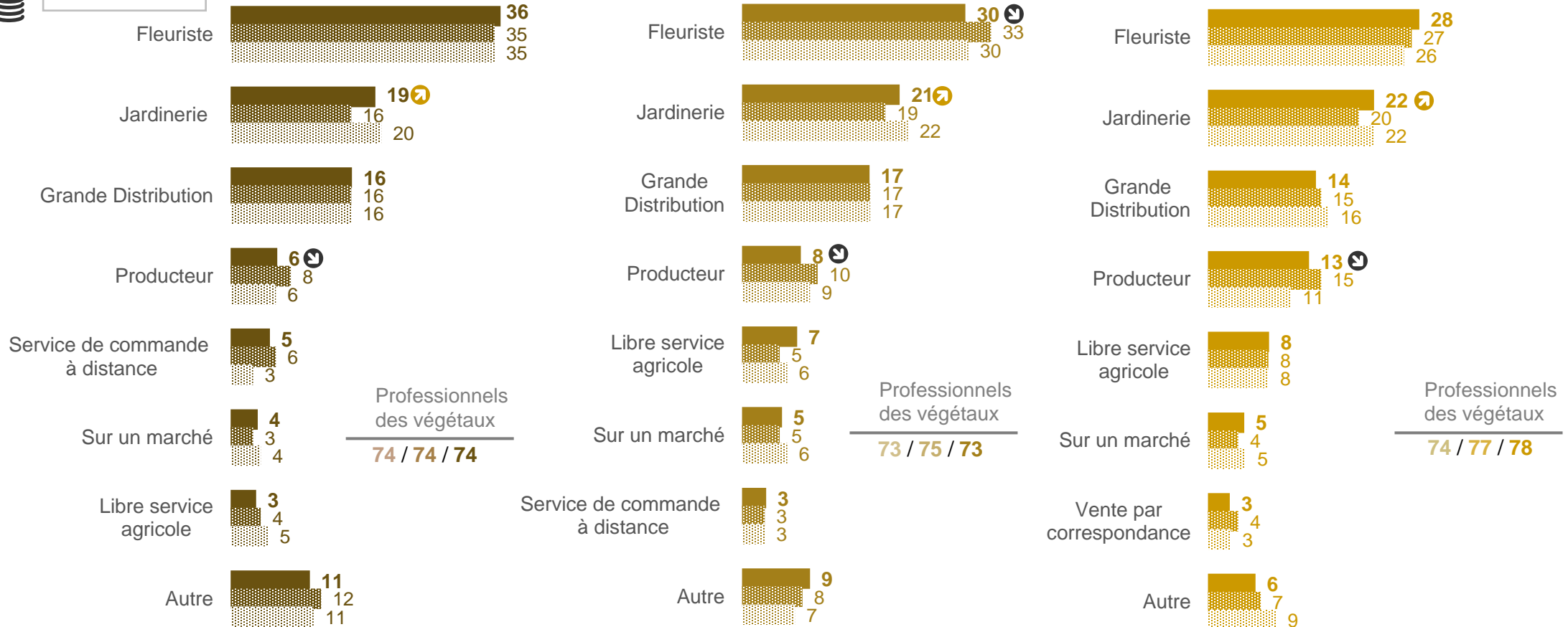
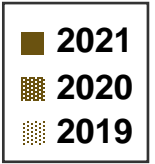


En Valeur

PETITS ACHETEURS

MOYENS ACHETEURS

GROS ACHETEURS



Base : foyers acheteurs de végétaux : petits (2021), moyens (1767), gros (1457)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020

2

Une exceptionnelle progression en valeur du marché de végétaux d'intérieur, grâce à l'augmentation du budget moyen par foyer acheteur.





Plus de la moitié des foyers français a acheté au moins un végétal d'intérieur en 2021. Le budget moyen par foyer acheteur augmente considérablement, ce qui entraîne une hausse des sommes dépensées. Les volumes achetés progressent mais ne reviennent pas au niveau pré-crise.

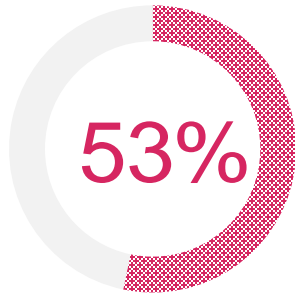


## Les végétaux d'intérieur

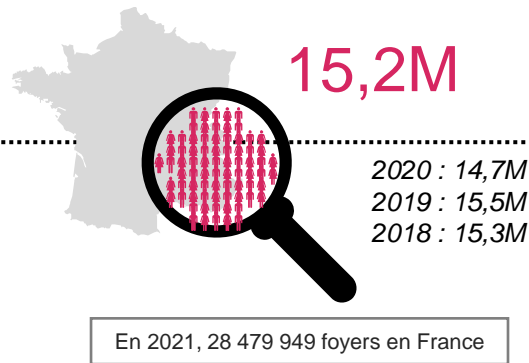
(maison, appartement, véranda, hors achat pour le cimetière et les obsèques)



**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



**Nombre de foyers**  
en millions



**Budget moyen**  
en valeur



65,80€ ↗

**De budget moyen par foyer acheteur**

2020	58,20€
2019	58,30€
2018	58,20€

**Quantité moyenne**  
en volume



5,7

**Quantités en moyenne par foyer acheteur**

2020	5,3
2019	5,6
2018	5,8

**Sommes dépensées**

1 115,0M€ (+16%)

2020	964,4M€ (-11%)
2019	1088,2M€

**Volumes achetés**

95,5M (+8%)

2020	88,2M (-12%)
2019	100,5M

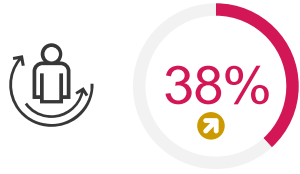
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers (7000)

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



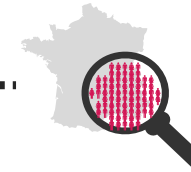
38% des individus de 18 ans et plus ont acheté au moins un végétal d'intérieur en 2021, en progression. La majorité du marché en valeur est représentée par des femmes et par des individus âgés de plus de 55 ans.

### Taux de pénétration individu



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

2020 : 35%



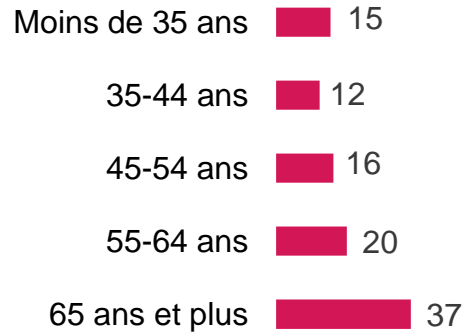
**19,4M** d'individus de 18 ans et plus 2020 : 17,6M

En 2021, 50 764 712 individus de 18 ans et plus en France

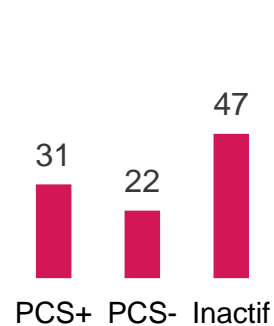
### Répartition des sommes dépensées selon le profil individu acheteur (en %)



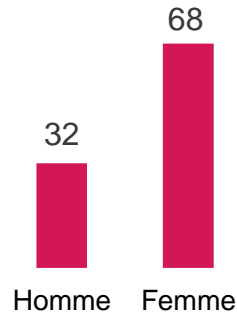
#### Age



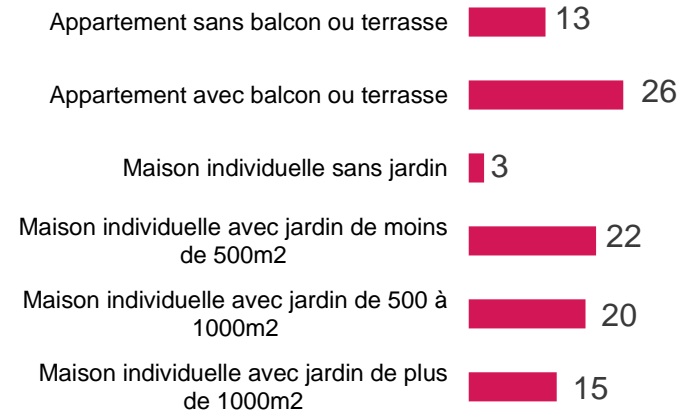
#### PCS



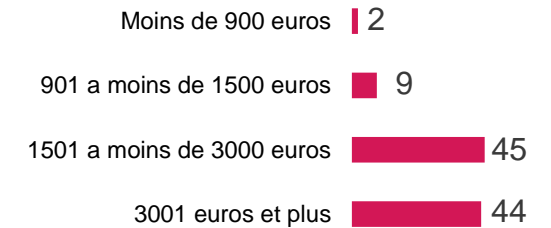
#### Sexe



#### Type d'habitation



#### Revenu



Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'intérieur (4621)

Significativement supérieur/inférieur à 2020



**[NEW]** Les volumes achetés et les sommes dépensées sont restés la plupart de l'année en dessous du niveau pré-crise, exception faite de la performance exceptionnelle au printemps, suite à l'allègement des restrictions, ainsi qu'en septembre.

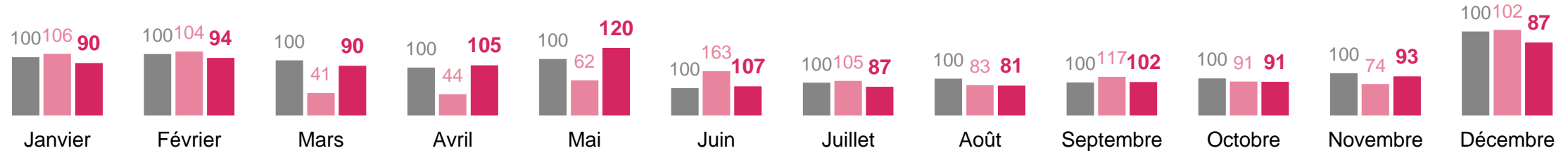
**Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)**



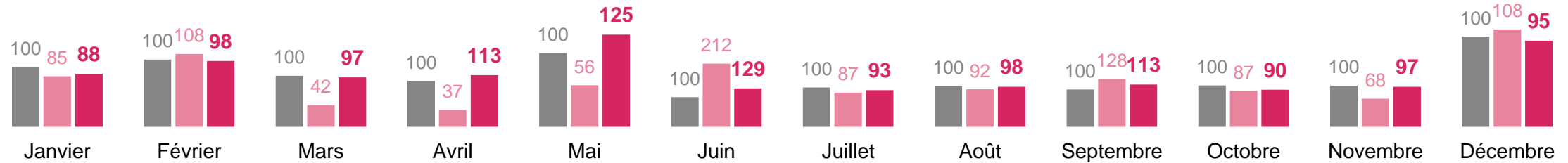
2019 2020 2021



Volumes achetés



Sommes dépensées



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

## 2.1

Le marchés des végétaux d'intérieur reprend de façon plutôt uniforme entre lieux d'achat.



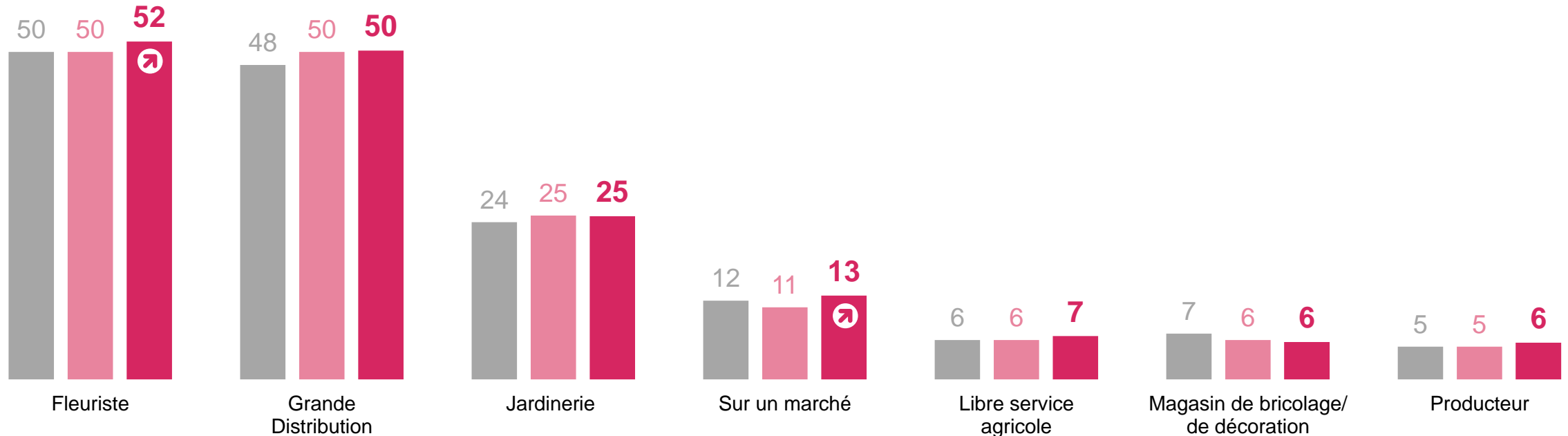


Les fleuristes prennent de l'avance sur le reste des lieux d'achat. Les marchés ont également attiré plus d'acheteurs.

### Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs



2019 2020 2021



Professionnels des végétaux

72 / 73 / 73

Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur

Significativement supérieur/inférieur à 2020



Les quantités achetées ont progressé de façon assez uniforme dans tous les lieux d'achats, à part la jardinerie qui reste stable. Mais seule la grande distribution retrouve le volume pré-crise. En sommes dépensées tous les lieux d'achats dépassent 2019, sauf la grande distribution.

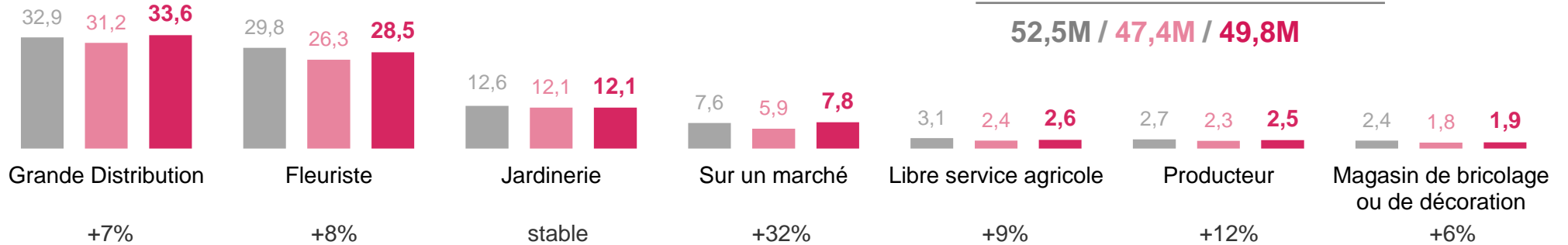
**Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats** (en millions)

2019 2020 2021



**Volumes achetés**

Evolution vs 2020



Professionnels des végétaux

52,5M / 47,4M / 49,8M

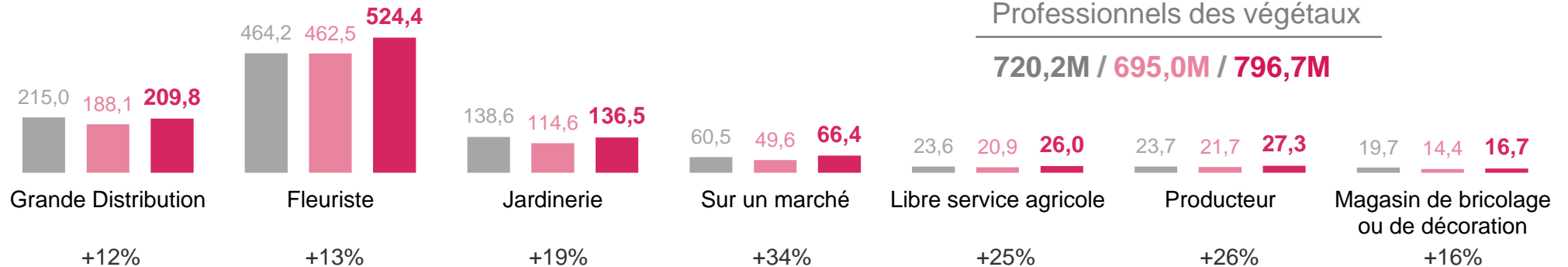
Professionnels des végétaux

720,2M / 695,0M / 796,7M



**Sommes dépensées**

Evolution vs 2020



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



En conséquence, les parts de marché des lieux d'achats en volume restent stables, avec la grande distribution en tête, suivie par les fleuristes.

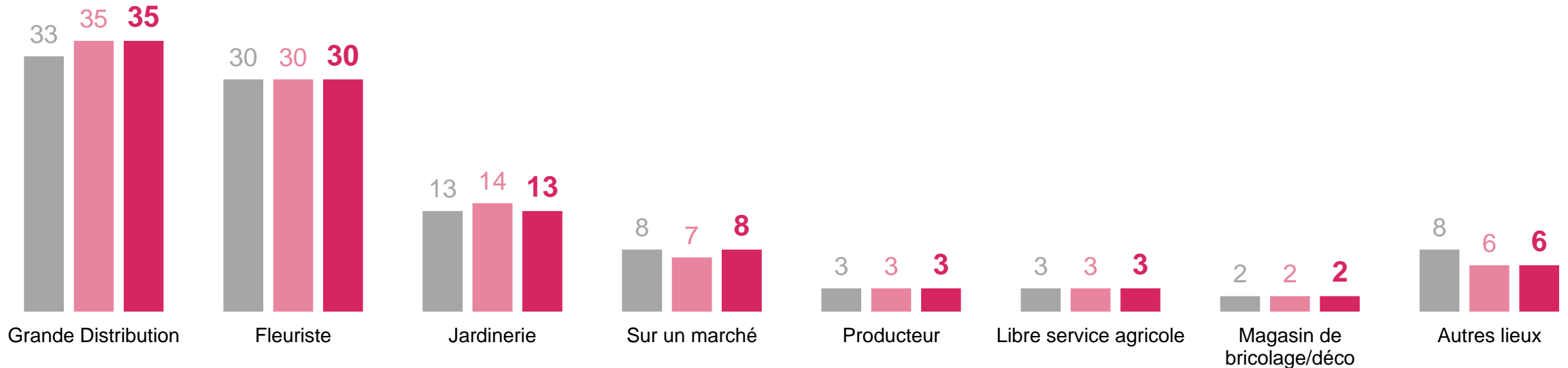
Part de marché des lieux d'achats en % volume



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

52 / 54 / 52



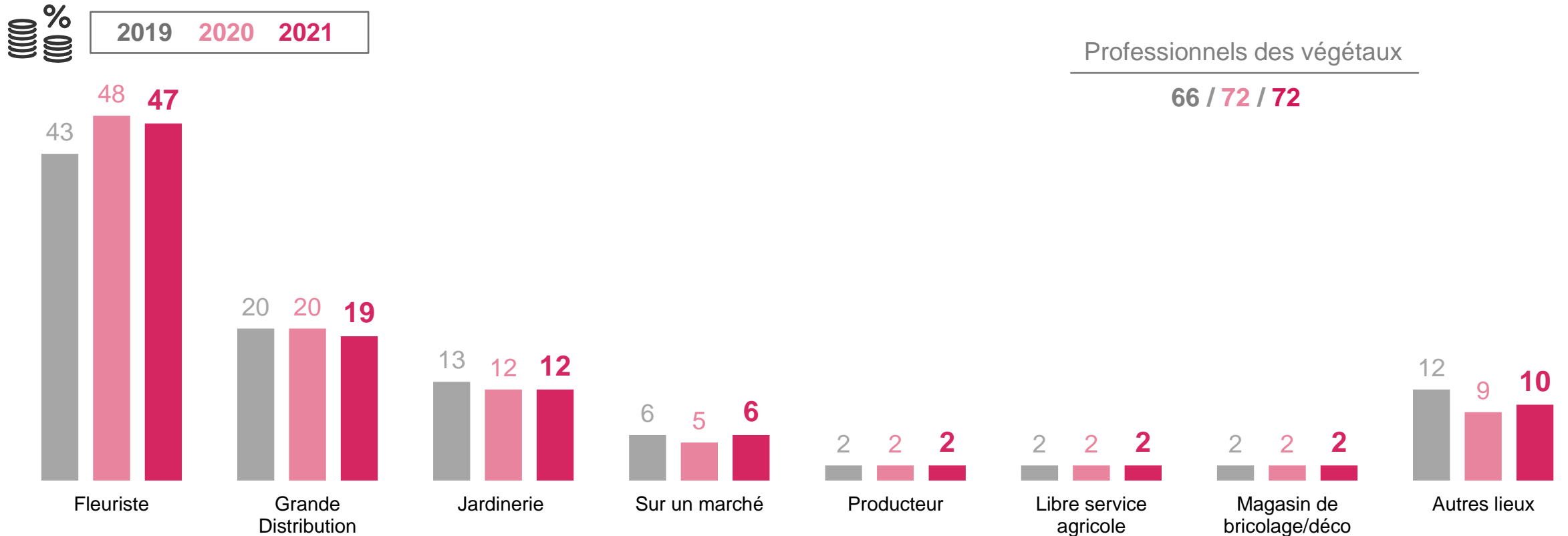
Base : achats de végétaux d'intérieur

Significativement supérieur/inférieur à 2020



Même constat en valeur, les parts des lieux d'achats restent stables. Les fleuristes sont nettement en tête, avec près de la moitié du marché, suivis par la grande distribution.

### Part de marché des lieux d'achats en % valeur




Base : achats de végétaux d'intérieur

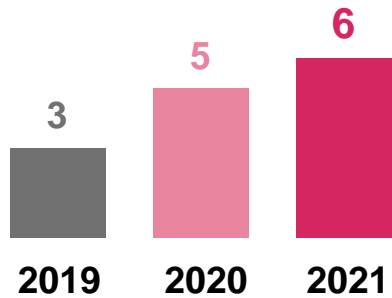



**[NEW]** Les achats de végétaux d'intérieur continuent à se faire très majoritairement sur le lieu de vente. En 2021, 6% des acheteurs ont utilisé Internet pour des commandes de végétaux d'intérieur.

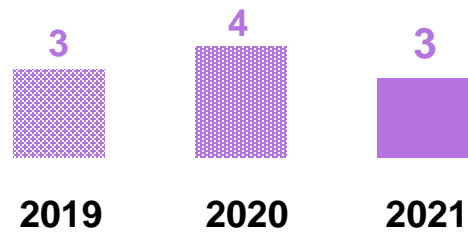
**Taux d'acheteurs par internet et part de marché des achats sur internet**


2019 2020 2021

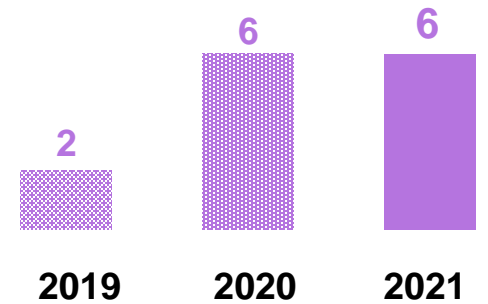
 **% Acheteurs**  
Individus de 18 ans et plus




 **% Volume**  
Quantités achetées (QA)



 **% Valeur**  
Sommes dépensées (SD)



Base : ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'intérieur (4621)  
Base : achats de végétaux d'intérieur

 Significativement supérieur/inférieur à 2020



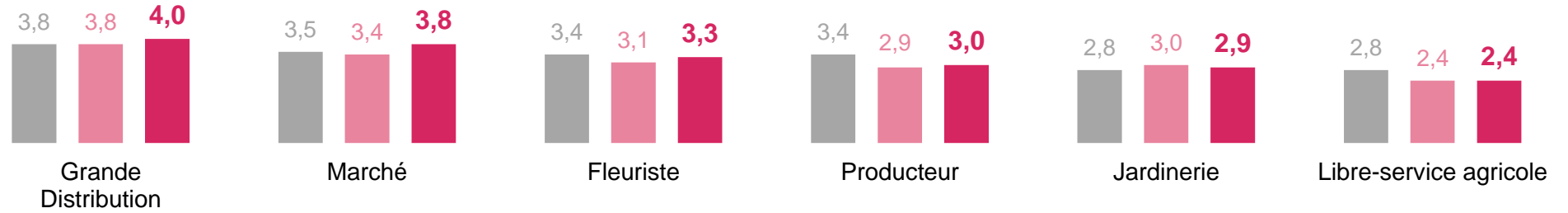
# Les Français ont plus dépensé pour les végétaux d'intérieur dans tous les lieux d'achats.

## Budget moyen et quantités moyennes par foyer dans le circuit

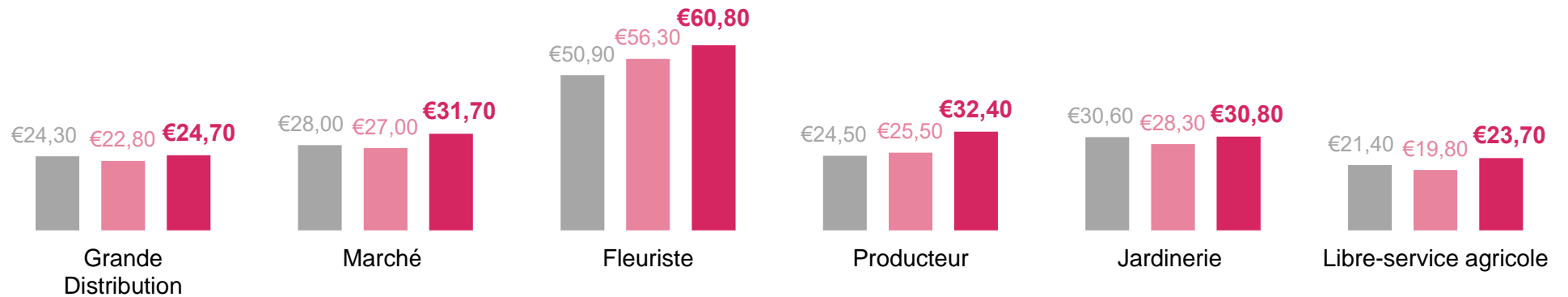
2019 2020 2021



Quantités moyennes  
par foyer acheteur



Budget moyen  
par foyer acheteur



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur par type de canal (3730)

## 2.2

Offrir demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur, principalement pour des occasions personnelles.





Offrir est toujours le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur. La répartition pour offrir / pour soi-même reste stable en volume et en valeur. On remarque cependant une hausse significative des foyers acheteurs pour eux-mêmes, les Français s'entourent de vert suite à la crise sanitaire.

Pénétration et part de marché selon l'occasion d'achat

2019 2020 2021



% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur



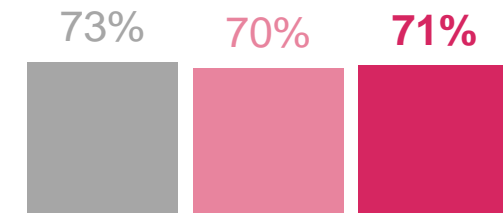
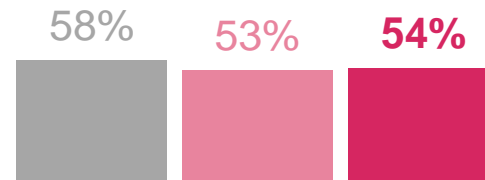
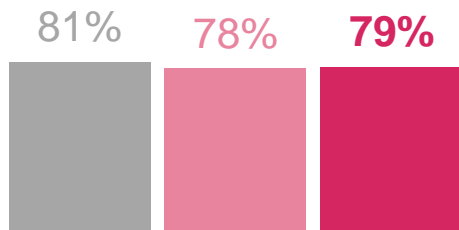
% des quantités achetées



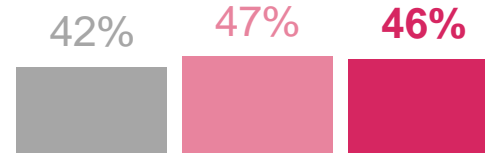
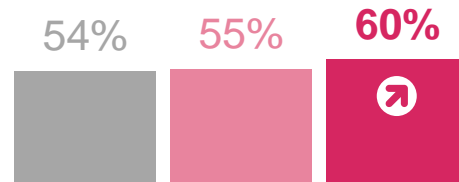
% des sommes dépensées



Pour offrir



Pour soi-même



Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3730)

Significativement supérieur/inférieur à 2020



Les foyers achètent en grande majorité pour des occasions personnelles, malgré une reprise des occasions calendaires. La répartition en volume et valeur reste cependant stable.

### Pénétration et part de marché selon le motif d'achat

2019 2020 2021



% des foyers acheteurs de végétaux d'intérieur



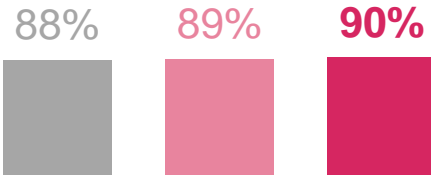
% des quantités achetées



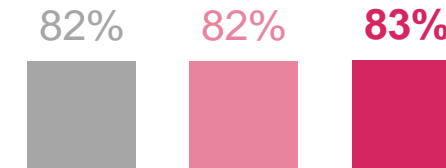
% des sommes dépensées



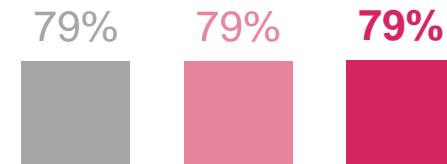
Occasion personnelle



Anniversaire : 35%  
Invitation : 34%



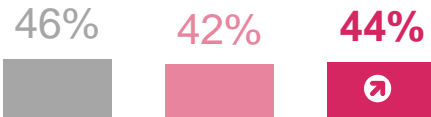
Anniversaire : 12%  
Invitation : 15%



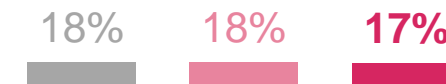
Anniversaire : 20%  
Invitation : 17%



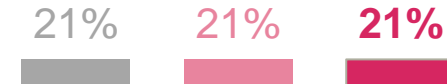
Occasion calendaire



Noël, fêtes de fin d'année : 20%  
Fête des mères/pères : 16%



Noël, fêtes de fin d'année : 7%  
Fête des mères/pères : 4%

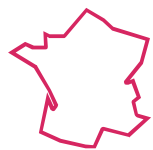


Noël, fêtes de fin d'année : 8%  
Fête des mères/pères : 7%

Base : foyers acheteurs de végétaux d'intérieur (3730)

Significativement supérieur/inférieur à 2020

## A retenir, concernant les achats de végétaux d'intérieur en France en 2021...



53%

des foyers ont acheté un végétal d'intérieur soit **15,2 millions de foyers**, un peu plus qu'en 2020 (+1pt) mais on ne remonte pas au niveau pré-crise de 2019.



65,80€

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'intérieur par les foyers acheteurs. Celui-ci est en forte hausse cette année (+7,60€).



+16%

de **sommes dépensées** pour des végétaux d'intérieur vs 2020, dépassant le niveau de 2019. +8% en **volumes achetés**, qui ne reviennent pas encore au niveau pré-crise.



52%

des acheteurs fréquentent le **fleuriste** pour l'achat de végétaux d'intérieur, qui reprend l'avantage sur la **grande distribution** (50%).



47%

des dépenses sont réalisées chez les **fleuristes**, part de marché stable vs 2020. La **grande distribution** conserve son avance sur sa part de marché en volumes (35% vs 30% pour le fleuriste, stables).



71%

des **sommes dépensées** sont consacrées à des achats **pour offrir**, stable vs 2020. Cependant, la part de foyers achetant pour eux-mêmes progresse (60% vs 55% en 2020).

**3** Une bonne progression du marché des végétaux d'extérieur, grâce à la performance des végétaux d'ornement.



57% des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur. La catégorie profite d'une performance exceptionnelle en valeur, grâce à l'augmentation du nombre d'acheteurs et du budget moyen dédié aux végétaux d'ornement, alors que le potager reste stable.

## Les végétaux d'extérieur (ornement et potager)

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



**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



2020 : 55%  
2019 : 56%  
2018 : 55%

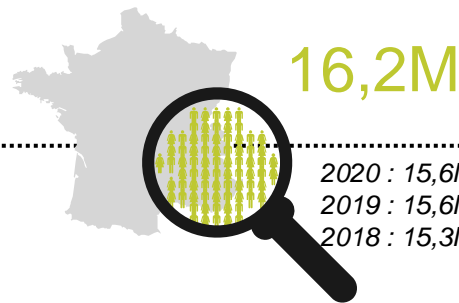
**Ornement : 47%**

2020 : 44%  
2019 : 46%

**Potager : 36%**

2020 : 36%  
2019 : 36%

**Nombre de foyers**  
en millions



16,2M

2020 : 15,6M  
2019 : 15,6M  
2018 : 15,3M

En 2021, 28 479 949 foyers en France

**Budget moyen**  
en valeur



71,10€

**de budget moyen**  
**par foyer acheteur**

2020 : 60,90€  
2019 : 58,90€  
2018 : 62,30€

**Ornement : 65,90€**

**Potager : 25,80€**

**Sommes dépensées**

1236,3M€ (+19%)

2020 : 1038,9M€ (-1%)  
2019 : 1053,0M€

**Quantité moyenne**  
en volume



32,8

**Quantités en moyenne**  
**par foyer acheteur**

2020 : 32,1  
2019 : 34,2  
2018 : 31,3

**Ornement : 18,6**

**Potager : 27,5**

**Volumes achetés**

550,9M (+5%)

2020 : 525,4M -10%  
2019 : 582,7M

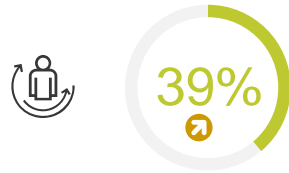
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers (7000)

Significativement supérieur/inférieur à 2020



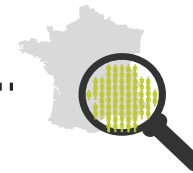
Près de 4 Français sur 10 ont acheté des végétaux d'extérieur en 2021, en progression. La majorité des achats sont effectués par des femmes et des seniors.

### Taux de pénétration individu



**Taux de pénétration**  
% des individus de 18 ans et + en France

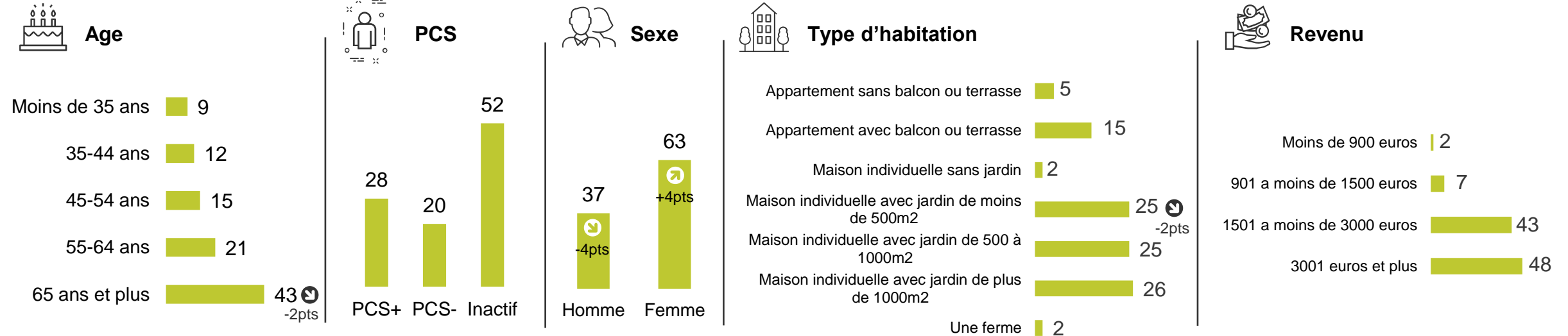
2020 : 37%



**19,7M** d'individus de 18 ans et plus 2020 : 18,7M

En 2020, 50 764 712 individus de 18 ans et plus en France

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

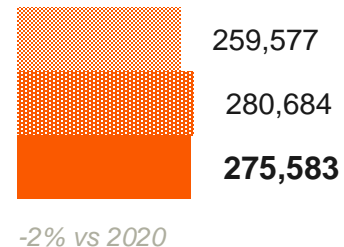
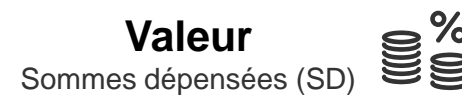
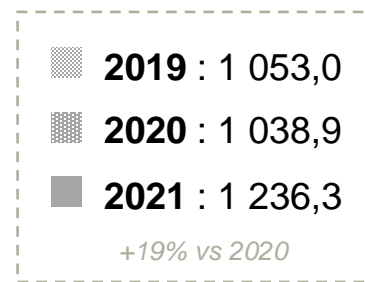
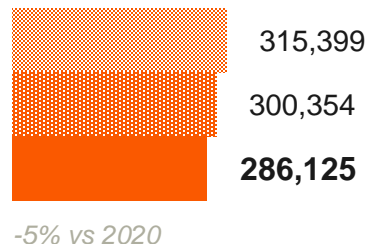
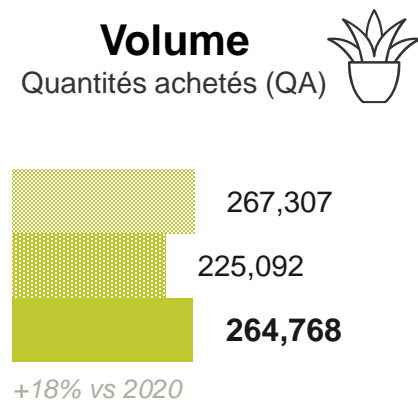
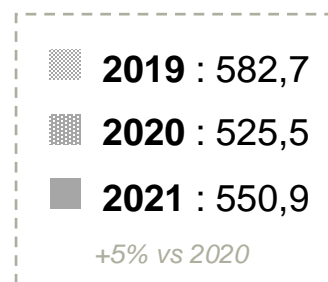


Base : ensemble des individus 18+ et ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'extérieur (4755)

Significativement supérieur/inférieur à 2020

**[NEW]** Les végétaux d'ornement retrouvent un niveau avant crise en volume, et augmentent considérablement en valeur vs 2019. En revanche, les chiffres baissent un peu en volume et en valeur pour le potager.

**Volumes et valeur des différents marchés** (en millions)



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



**[NEW]** La majorité des achats de végétaux d'extérieur se fait au printemps. En volume les achats ne retrouvent souvent pas les niveaux pré-crise, alors qu'en valeur les seuls mois encore à la baisse vs 2019 sont janvier et octobre.

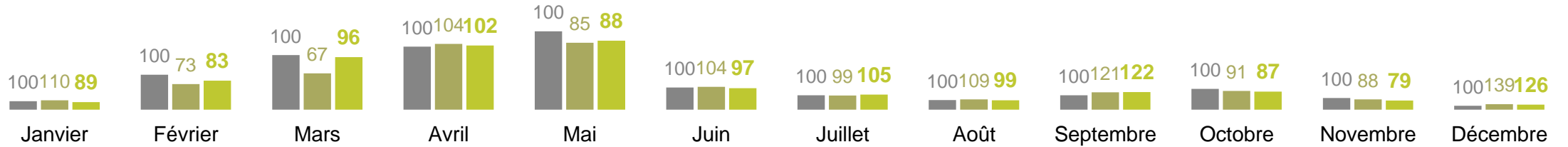
**Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)**



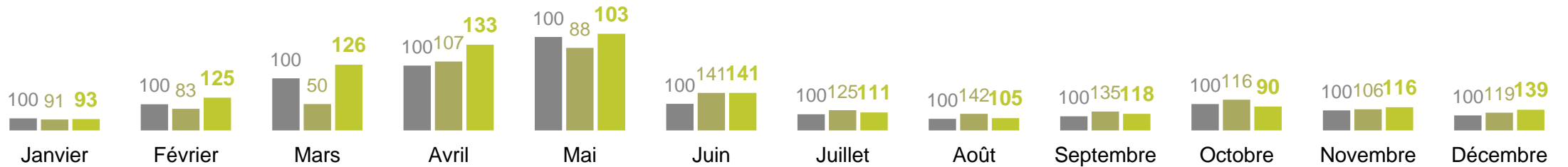
2019 2020 2021



Volumes achetés



Sommes dépensées



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



Le classement des lieux d'achats les plus fréquentés reste semblable à 2020. On note cependant une hausse significative de la fréquentation des jardinerie et des magasins de bricolage et décoration, et une baisse de la fréquentation des producteurs qui reviennent au niveau pré-crise.

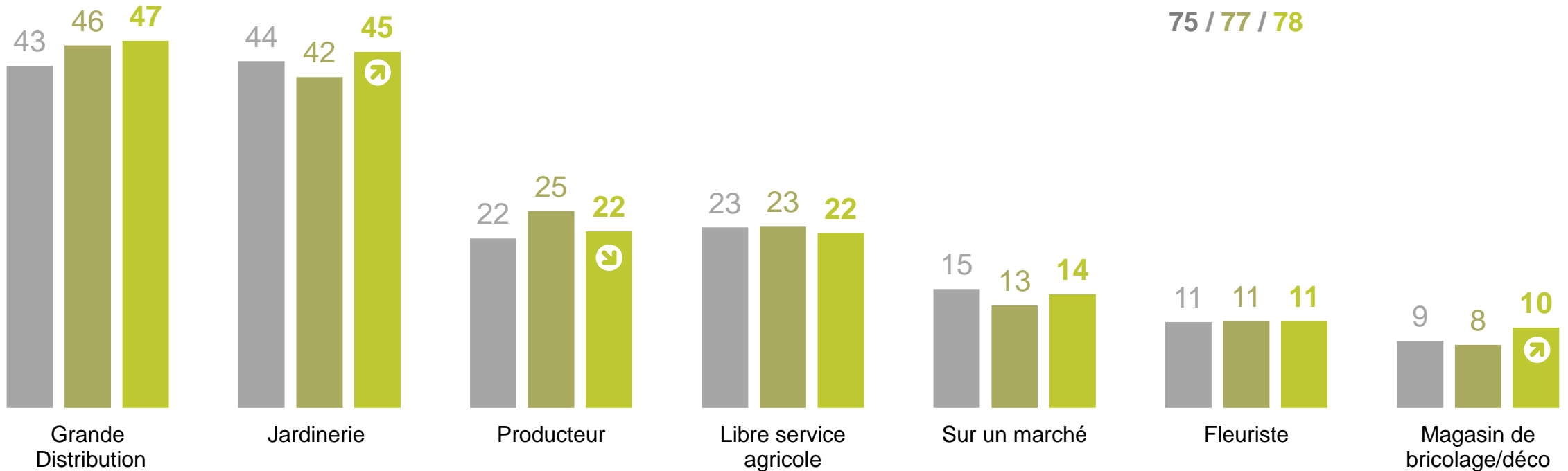
**Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs**



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

75 / 77 / 78



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

Significativement supérieur/inférieur à 2020



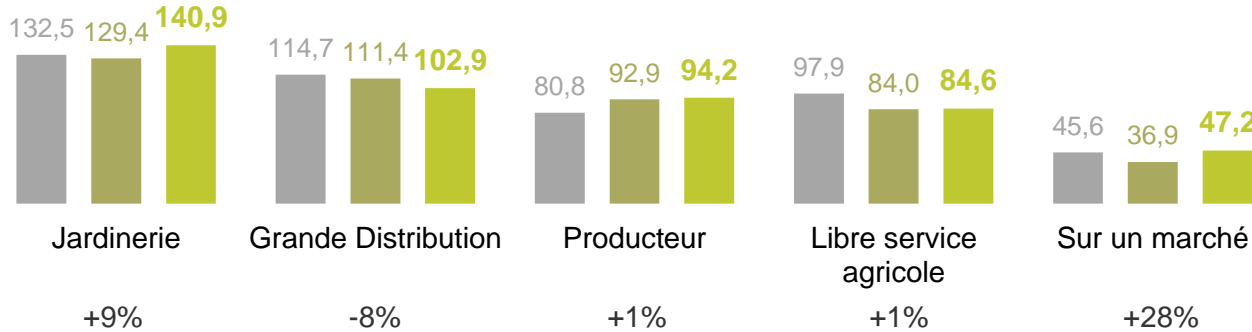
En volume, une bonne progression des jardinerie et des marchés, qui dépassent le niveau pré-crise, et une baisse pour la grande distribution. En sommes dépensées, des progressions importantes dans tous les lieux d'achats, hormis les producteurs (stables) et la VPC (en baisse).

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

2019 2020 2021

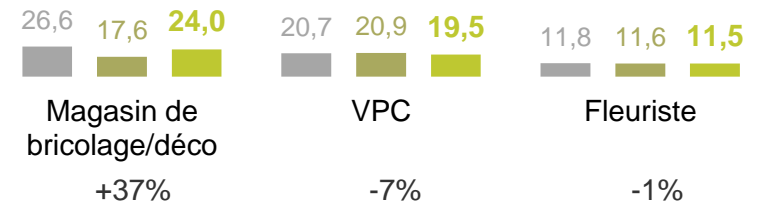


Volumes achetés

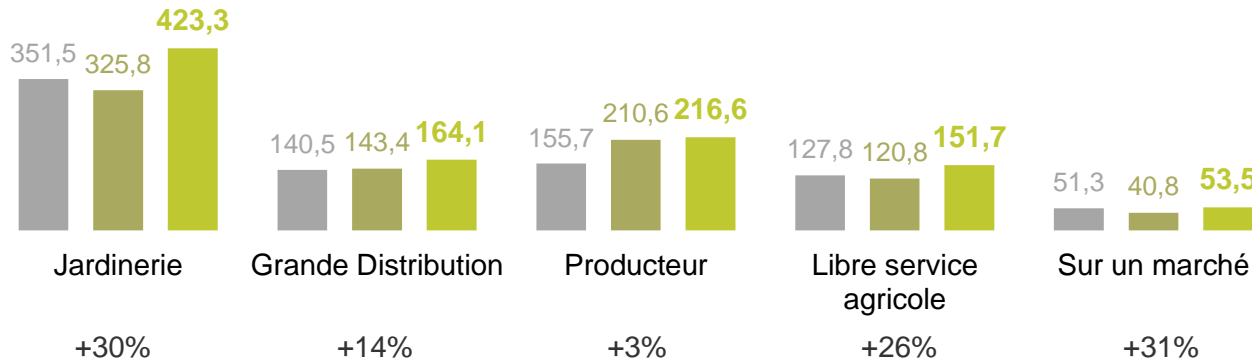


Professionnels des végétaux

350,2M / 348,3M / 356,6M

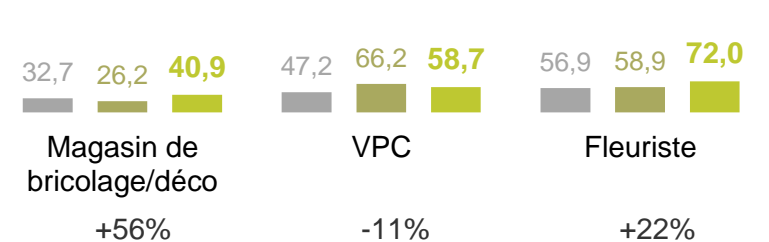


Sommes dépensées



Professionnels des végétaux

751,6M / 805,0M / 937,1M



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



En parts de marché en volume, le classement reste similaire à 2020, malgré une baisse significative de la part de la grande distribution en faveur des marchés.

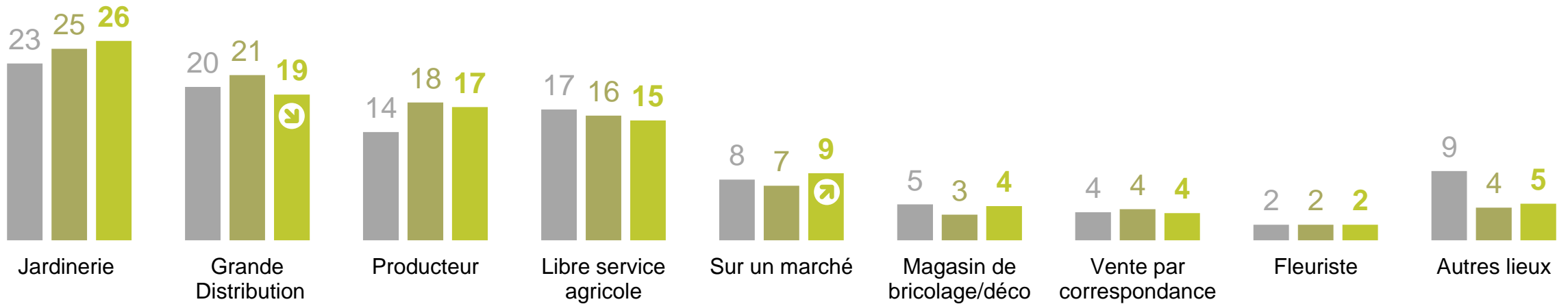
**Part de marché des lieux d'achats en % volume**



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

60 / 66 / 65



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

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



En valeur, la part de marché des jardineries augmente significativement, au détriment des producteurs qui avaient pourtant profité d'une forte progression en 2020.

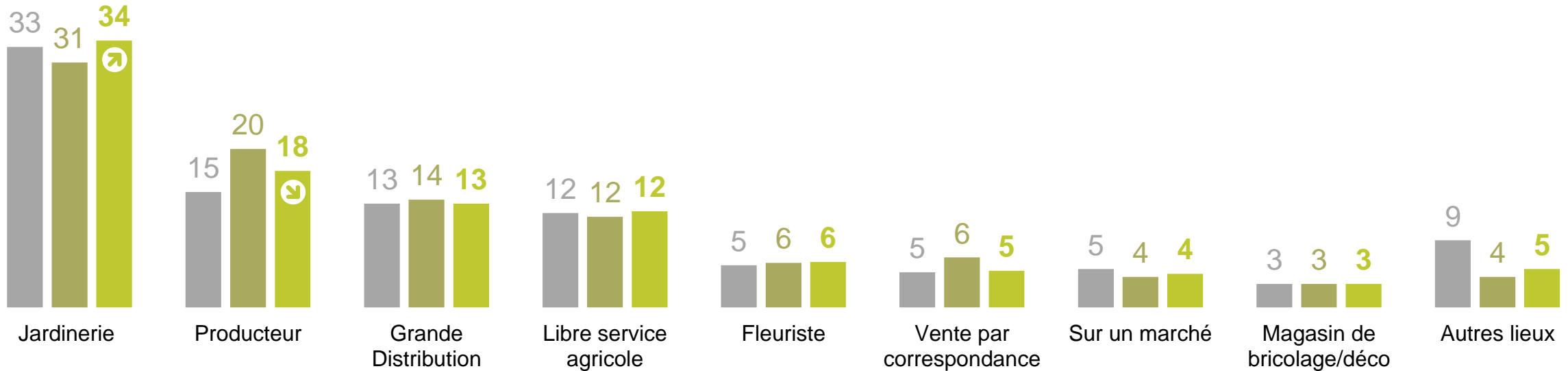
Part de marché des lieux d'achats en % valeur



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

71 / 78 / 76



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

Significativement supérieur/inférieur à 2020

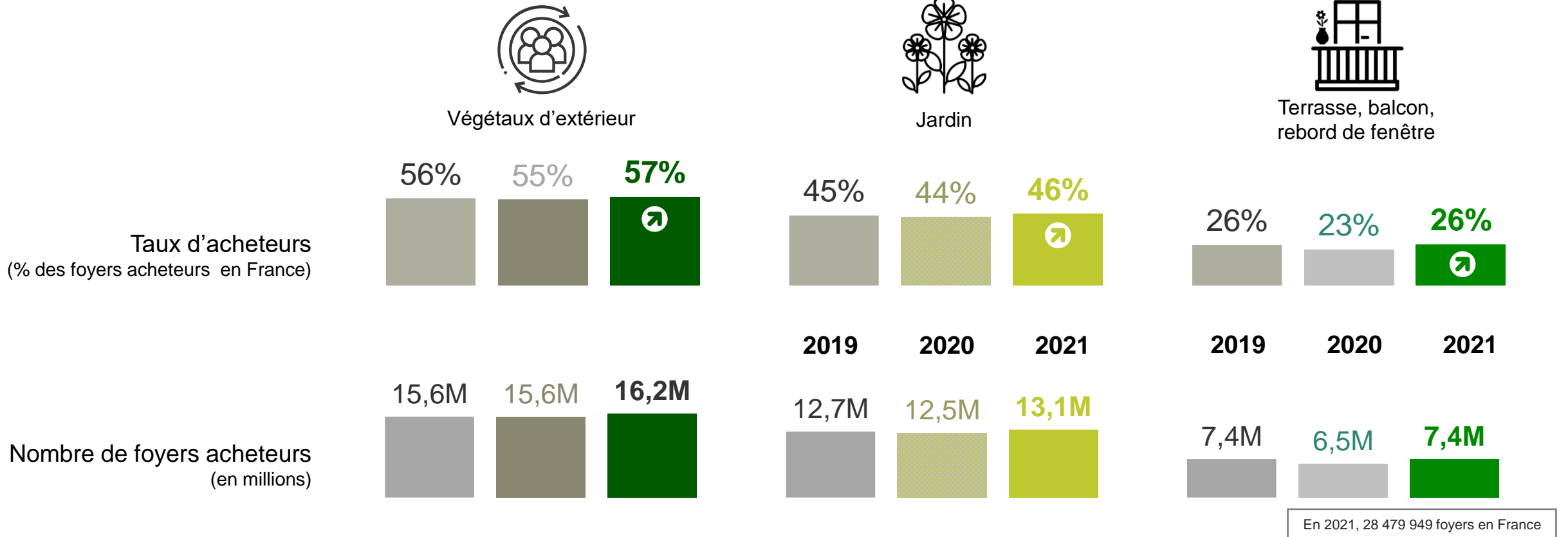
# 3.1

La part de végétaux achetés pour les terrasses, balcons, rebords de fenêtre progresse, même si les achats pour le jardin restent majoritaires.



En 2021, le taux d'acheteurs de végétaux d'extérieur progresse à la fois pour les jardins et les terrasses, balcons et rebords de fenêtre. On retrouve des taux similaires à la période avant crise sanitaire.

**Pénétration et nombre d'acheteurs**



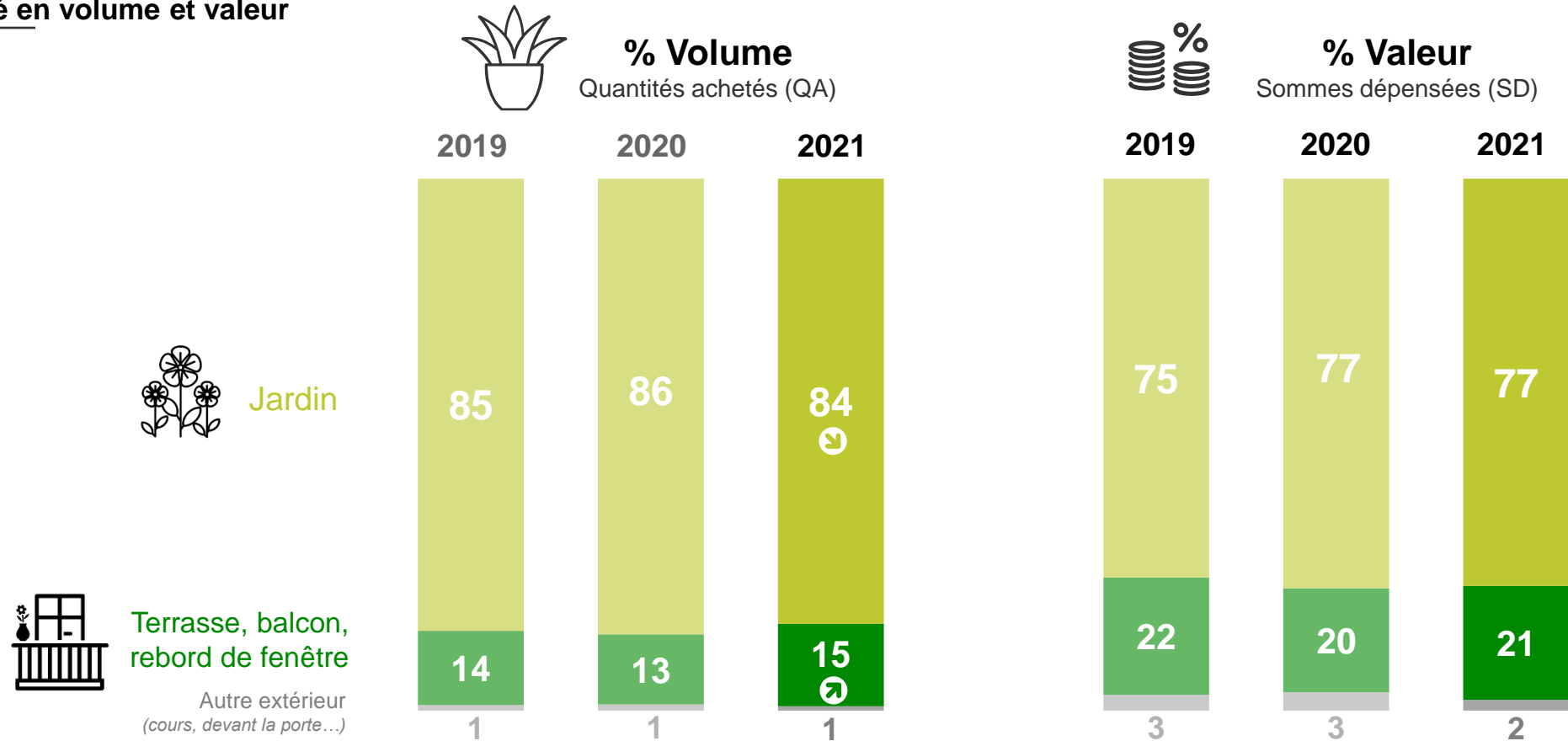
NB : Les extrapolations sont fournies à titre indicatif et sont à utiliser avec prudence.  
Base : ensemble des foyers

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



La part des quantités achetées pour des végétaux à destination du jardin diminue, au profit de celle pour la terrasse, le 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 2020

# 3.2

Des sommes dépensées pour les végétaux d'extérieur d'ornement en progression sur tous les lieux d'achats.





**[NEW]** En volume, les achats de végétaux d'ornement ont alterné moyennes et bonnes performances tout au long de l'année. Les sommes dépensées au contraire progressent chaque mois, sauf janvier et octobre.

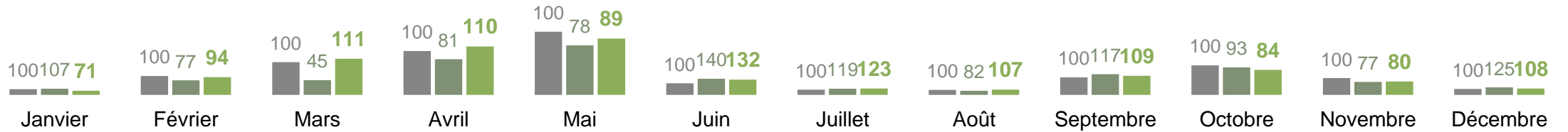
**Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)**



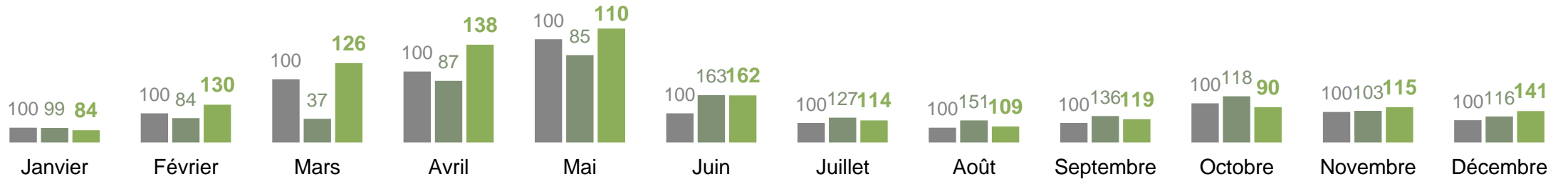
2019 2020 2021



Volumes achetés



Sommes dépensées



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

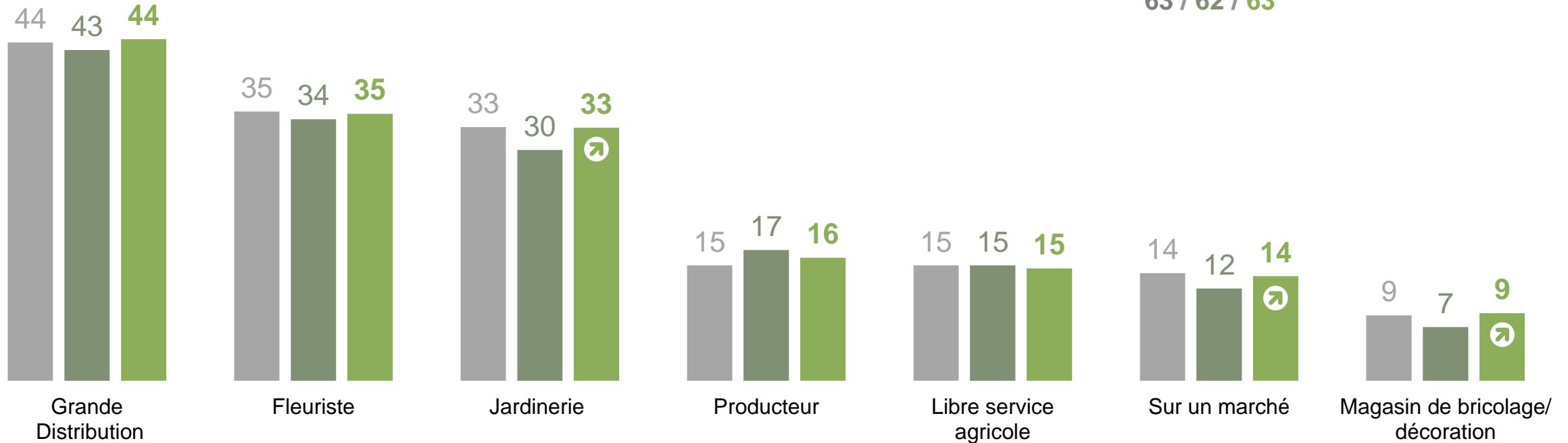


Les pénétrations des lieux d'achat reviennent au niveau de 2019 : les jardineries, les marchés et les magasins de bricolage remontent. La grande distribution reste le lieu le plus fréquenté.

**Pénétration des lieux d'achats en % foyers acheteurs**



2019 2020 2021



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

Significativement supérieur/inférieur à 2020



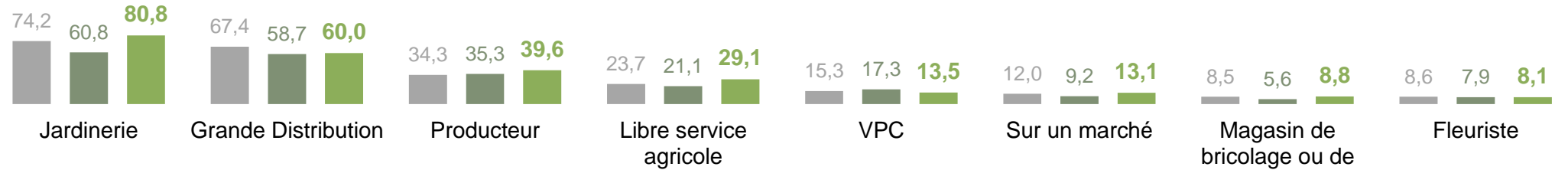
En volume, on observe des bonnes performances pour les jardineries, les LISA et les producteurs, qui dépassent largement le niveau pré-crise. En valeur, tous les circuits sont en progression par rapport à 2019, les hausses les plus importantes étant sur les jardineries et les producteurs.

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

2019 2020 2021



Volumes achetés

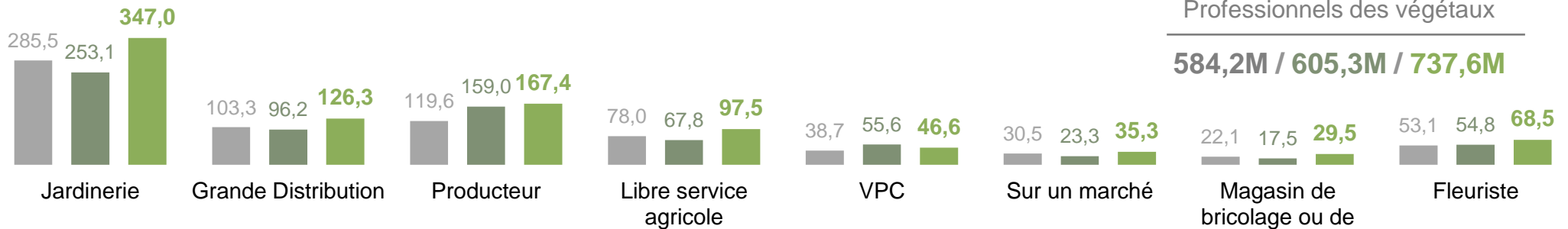


Evolution vs 2020

+33%    +2%    +12%    +38%    -22%    +42%    +57%    +2%



Sommes dépensées



Evolution vs 2020

+37%    +31%    +5%    +44%    -16%    +52%    +69%    +25%

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

Professionnels des végétaux

159,4M / 145,5M / 173,5M

Professionnels des végétaux

584,2M / 605,3M / 737,6M



En volume, les parts de marché des jardineries et des LISA augmentent au détriment de la VPC, qui avait bien progressé en 2020, et de la grande distribution.

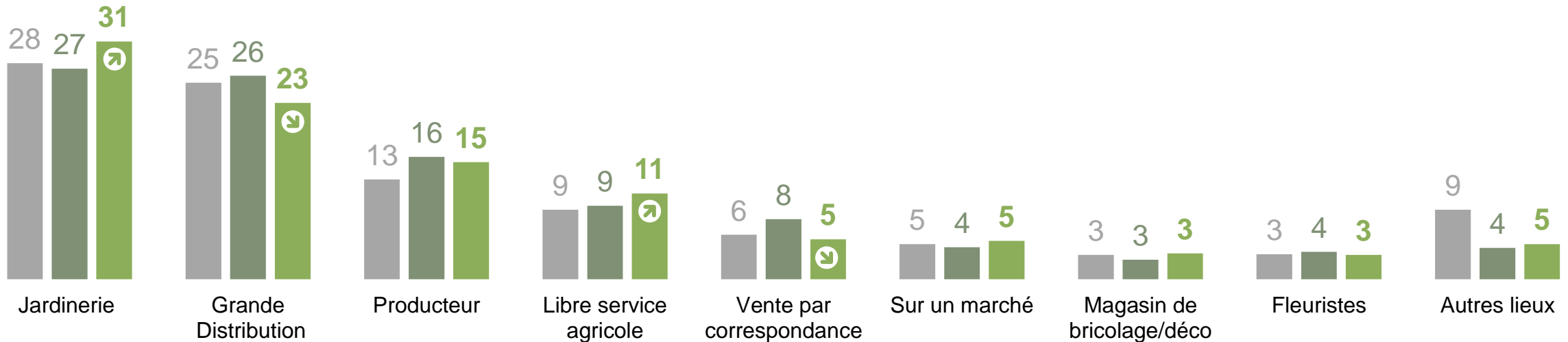
**Part de marché des lieux d'achats en % volume**



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

60 / 65 / 66



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

Significativement supérieur/inférieur à 2020

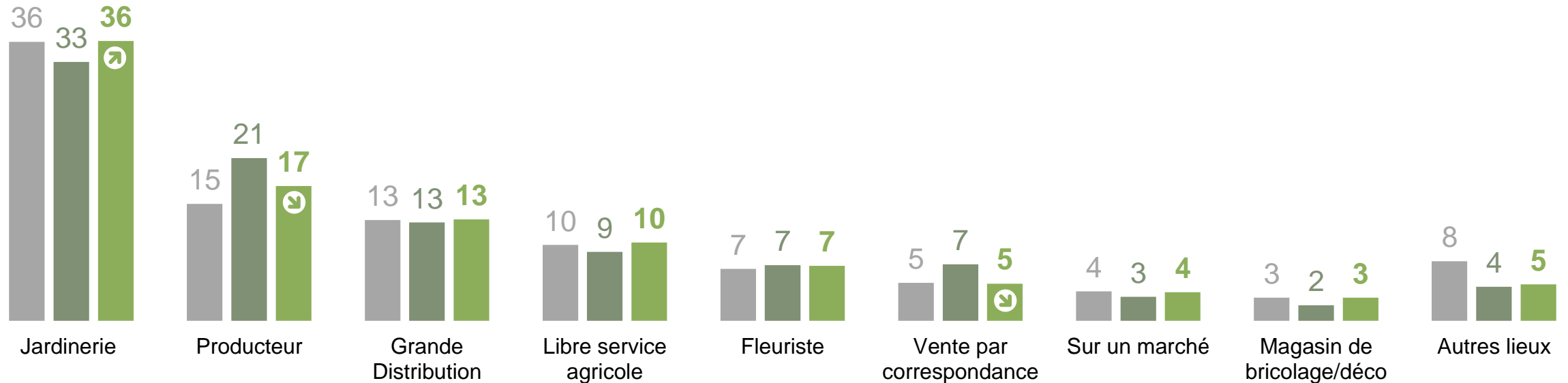


En valeur, les lieux d'achats retrouvent des parts de marchés similaires à 2019. Les jardinerie progressent au détriment des producteurs, qui conservent quand même leur deuxième position.

### Part de marché des lieux d'achats en % valeur



2019 2020 2021



Professionnels des végétaux

74 / 80 / 77

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

Significativement supérieur/inférieur à 2020



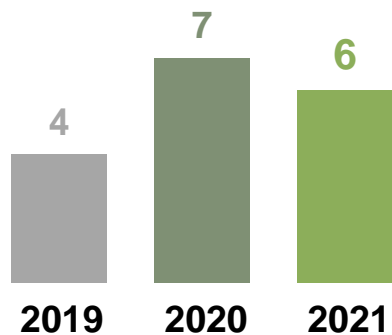
**[NEW]** Après la progression de 2020, les achats de végétaux d'extérieur d'ornement sur internet diminuent significativement en volume et en valeur, au profit des achats sur le lieu de vente.

### Taux d'acheteurs par internet et part de marché des achats sur internet

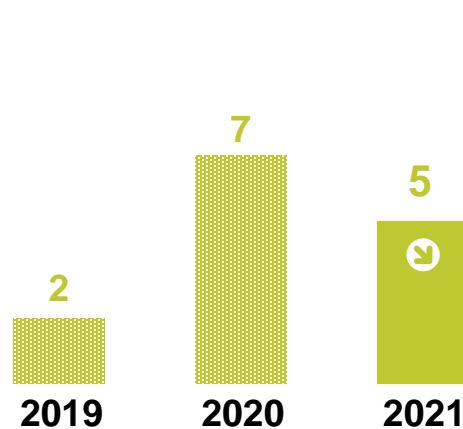
2019 2020 2021



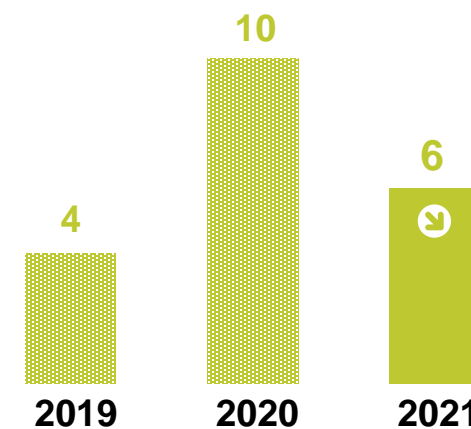
**% Acheteurs**  
Individus de 18 ans et plus



**% Volume**  
Quantités achetées (QA)



**% Valeur**  
Sommes dépensées (SD)



Base : ensemble des individus 18+ acheteurs de végétaux d'extérieur (4755)  
Base : achats de végétaux d'extérieur (hors potager)

Significativement supérieur/inférieur à 2020

### 3.3

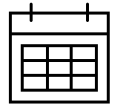
Des végétaux à destination du potager plutôt stables, avec la grande distribution qui perd du terrain après l'élan de 2020.





**[NEW]** Les achats de végétaux pour le potager se concentrent sur la période février-mai. En volume, les achats restent en retrait par rapport à 2019, mais en sommes dépensées le marché s'est mieux porté.

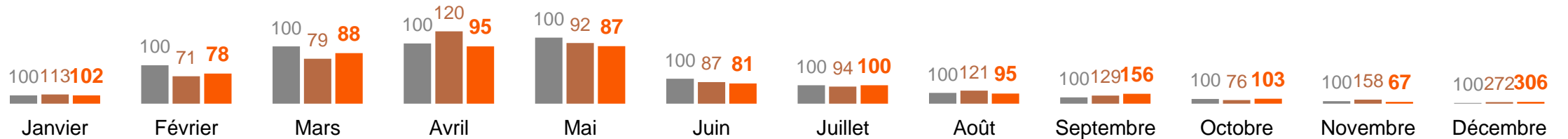
**Evolution des volumes et sommes dépensées en indice (2019=100)**



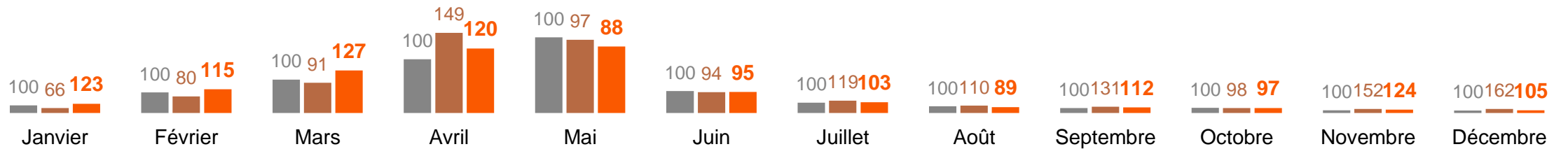
2019 2020 2021



Volumes achetés



Sommes dépensées



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



Végétaux potager

La fréquentation des jardinerie et des magasins de bricolage et décoration est en hausse, alors qu'elle baisse dans la grande distribution et chez les producteurs.

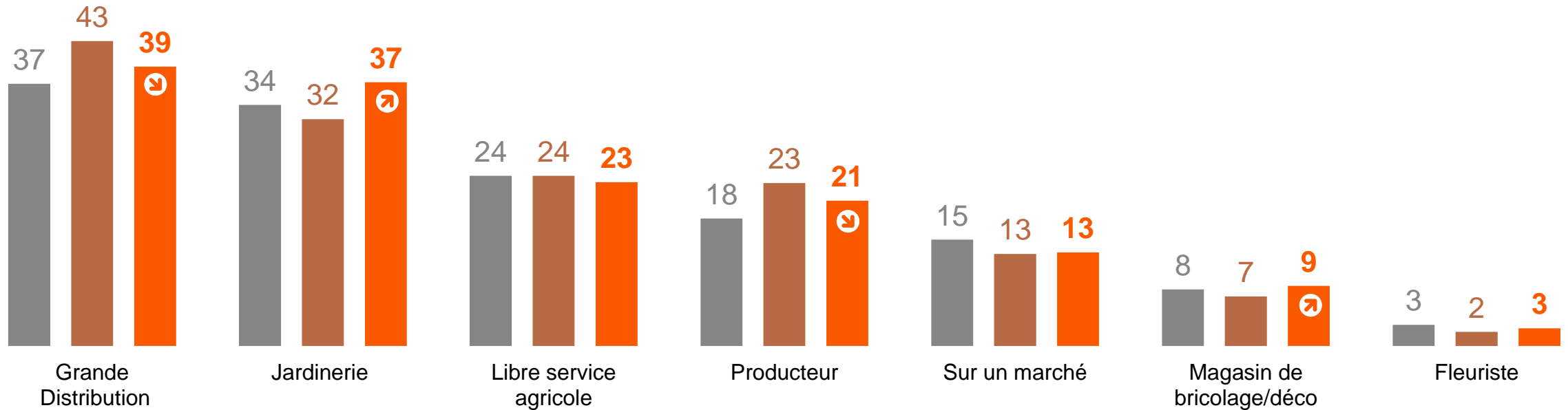
### Pénétration des lieux d'achats en % foyers



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

66 / 71 / 70



Base : acheteurs de végétaux potager

Significativement supérieur/inférieur à 2020



En volumes achetés et sommes dépensées, la grande distribution est en baisse, après la hausse de 2020. Les jardinerie et les LISA baissent en volumes mais ne sont pas affectés en sommes dépensées.

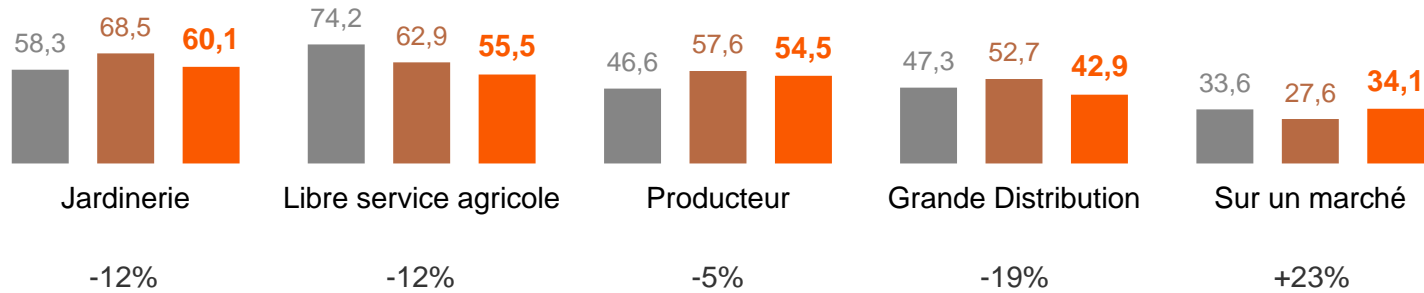
Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2019 2020 2021



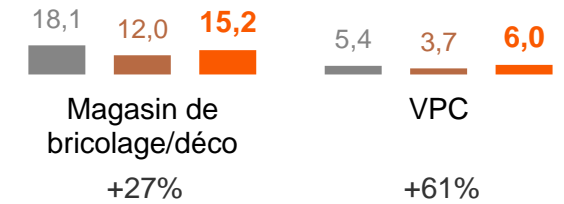
Volumes achetés

Evolution vs 2020



Professionnels des végétaux

190,8M / 202,8M / 183,1M



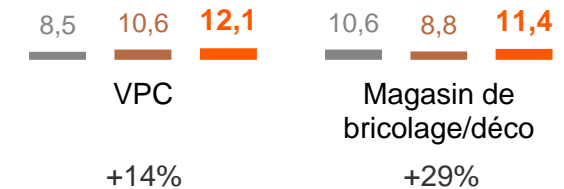
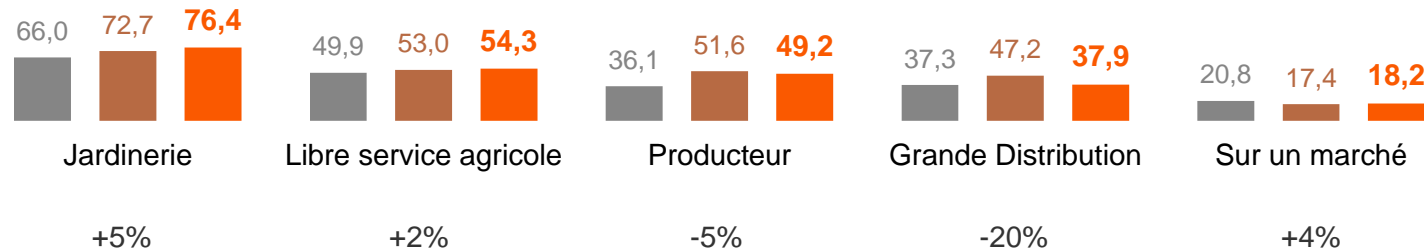
Professionnels des végétaux

167,5M / 199,8M / 199,5M



Sommes dépensées

Evolution vs 2020



Base : ensemble des végétaux de potager



En volume, les parts de marché sont plutôt équilibrées entre circuits. En 2021 les jardineries, les LISA et la grande distribution perdent des parts, alors que les marchés progressent.

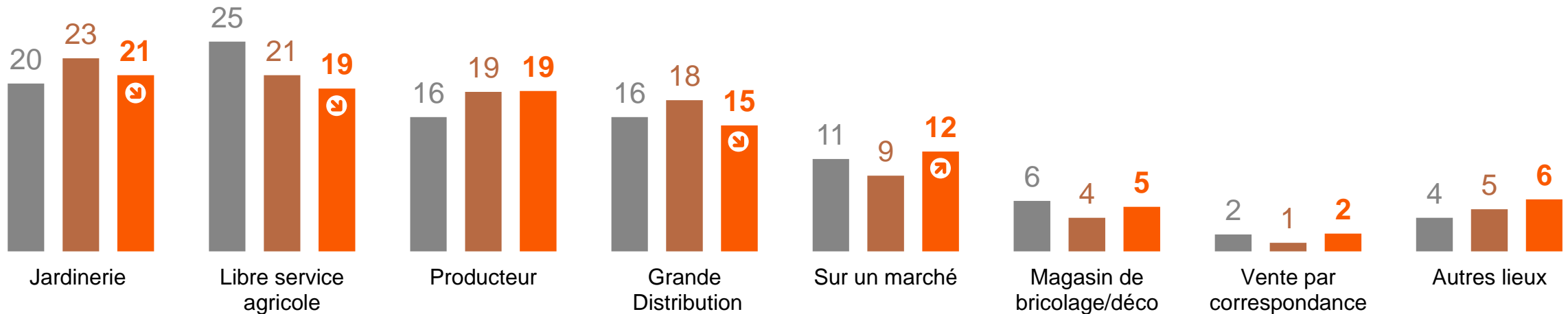
Part de marché des lieux d'achats en % volume



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

65 / 68 / 64 ↘



Base : achats de végétaux potager

↗ ↘ Significativement supérieur/inférieur à 2020



En sommes dépensées, les jardinerie restent le 1<sup>er</sup> circuit et augmentent leur avance, au détriment de la grande distribution, qui baisse considérablement.

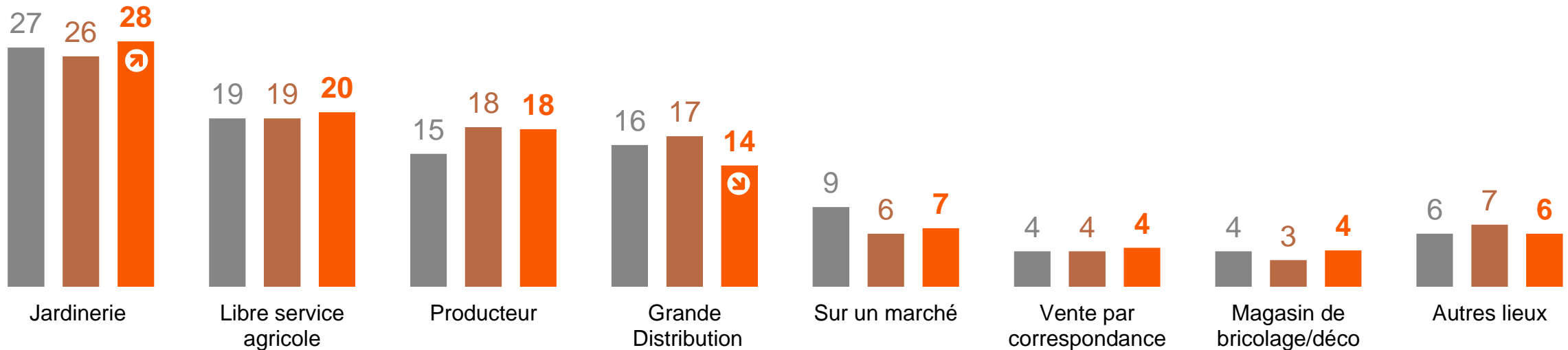
Part de marché des lieux d'achats en % valeur



2019 2020 2021

Professionnels des végétaux

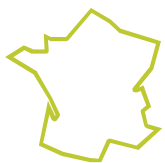
70 / 71 / 72



Base : achats de végétaux potager

Significativement supérieur/inférieur à 2020

## A retenir, concernant les achats de végétaux d'extérieur (ornement et potager) en 2021...



57%

des foyers ont acheté au moins un végétal d'extérieur soit **16,2 millions de foyers**, en progression vs 2020. Cela représente au niveau individu **39%** des Français, 1 million de plus que l'année précédente.



71,10€

c'est le **budget moyen** consacré aux végétaux d'extérieur par les foyers acheteurs, en progression de **10,20€**. Une forte augmentation concentrée sur les **végétaux d'ornement**, alors que le budget pour le potager reste stable.



47%

des foyers ont acheté un **végétal d'ornement** à destination de l'extérieur, c'est 3 points de plus qu'en 2020. Le marché se rétablit après la crise sanitaire : +18% en volumes achetés et +17% en sommes dépensées.



+33%

de quantités achetées dans les **jardineries** pour des **végétaux d'ornement** à destination de l'extérieur, et **+37%** en sommes dépensées. Cela leur permet de renforcer leur leadership en termes de parts de marché.



36%

des foyers ont acheté des **végétaux pour le potager**, comme les années précédentes. Le marché n'a pas été dynamique en 2021 : **-5%** de volumes achetés et **-2%** en sommes dépensées.



-19%

de quantités achetées dans la **grande distribution** pour des végétaux à destination du **potager**, et **-20%** en sommes dépensées, après la bonne performance de 2020.

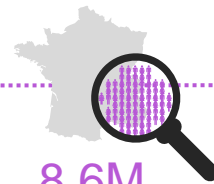
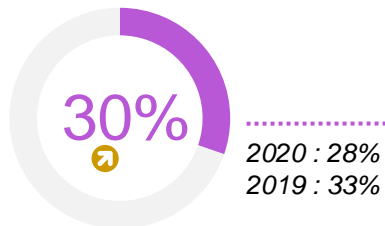
4

Le marché du cimetière est en progression, le marché des obsèques progresse en valeur mais pas en quantités.



La marché des végétaux à destination du cimetière, après l'importante baisse de 2020, commence sa reprise grâce à la hausse du nombre de foyers acheteurs. Le budget moyen et la quantité achetée restent stables.

Niveau foyer  
**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



**8,6M**  
2020 : 7,9M  
2019 : 9,3M

En 2020, 28 479 949 foyers en France

**Budget moyen**  
en valeur



**42,70€**  
**de budget moyen**  
par foyer acheteur

**Quantité moyenne**  
en volume



**6,1**  
**Quantités en moyenne**  
par foyer acheteur

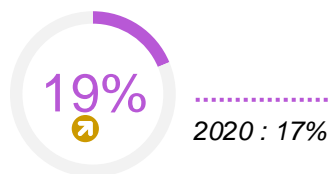
**Sommes dépensées**

**390,1M€ (+9%)**  
2020 : 357,4M€ (-12%)  
2019 : 408,2M€

**Volumes achetés**

**53,2M (+8%)**  
2020 : 49,1M (-11%)  
2019 : 55,0M

Niveau individu  
**Taux de pénétration**  
% des individus en France



**9,5M** d'individus de **18 ans et plus**    2020 : 8,6M

En 2021, 50 764 712 individus de 18 ans et plus en France

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

Significativement supérieur/inférieur à 2020

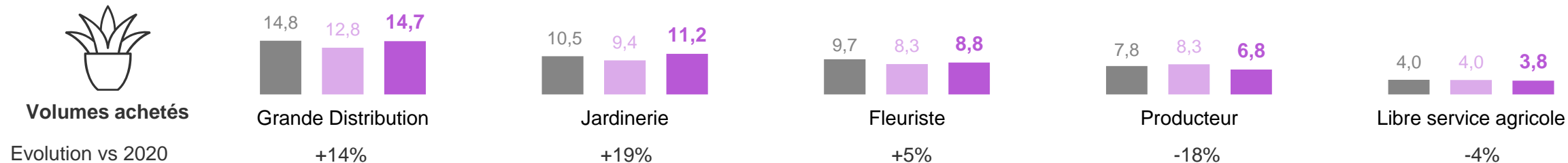


Végétaux pour le cimetière

Les quantités achetées en grande distribution et en jardinerie progressent et retrouvent des niveaux similaires à 2019. Même constat en sommes dépensées sur les jardinerie, en forte hausse.

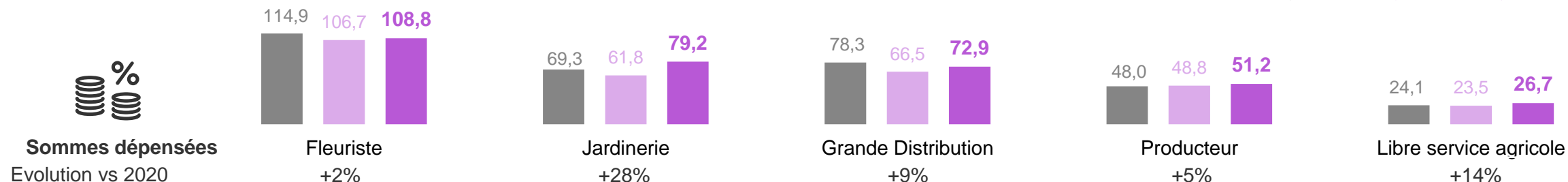
### Quantités achetées et sommes dépensées par lieux d'achats (en millions)

2019 2020 2021



Professionnels des végétaux

32,9M / 31,0M / 31,1M



Professionnels des végétaux

270,7M / 256,3M / 272,8M

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



La grande distribution augmente sa part de marché en volume et reste le 1<sup>er</sup> circuit pour les achats à destination du cimetière. D'autre part, les fleuristes restent en première position en sommes dépensées. Les jardineries augmentent leur part de marché en volume et valeur.

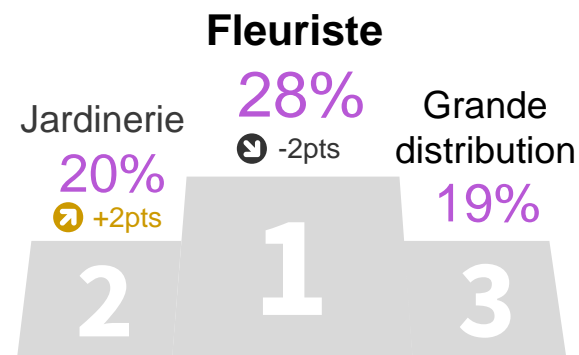
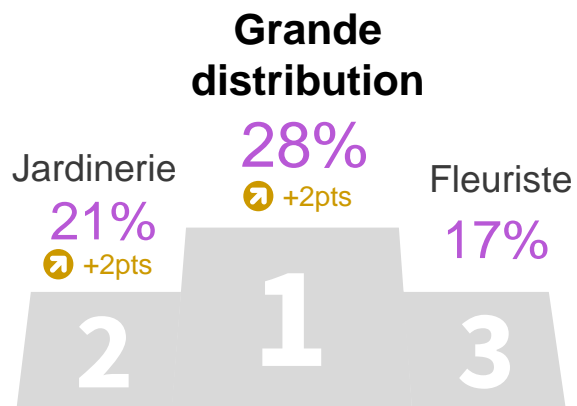
Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



**% Volume**  
Quantités achetées (QA)



**% Valeur**  
Sommes dépensées (SD)



Base : achats de végétaux à destination du cimetière

Significativement supérieur/inférieur à 2020



Végétaux pour le cimetière

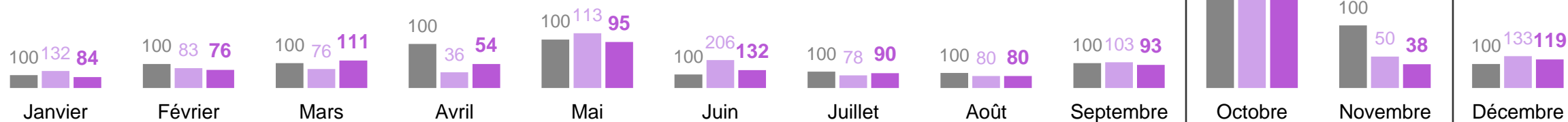
En volume, moitié des achats de végétaux pour le cimetière se concentrent sur le mois d'octobre. Le mois de novembre est resté très en dessous des attentes, mais ce même constat se retrouve sur l'ensemble des végétaux et pourrait être un effet de calendrier.

### Evolution des volumes en indice (2019=100)



2019 2020 2021

	30 oct	31 oct	1 nov	2 nov
2019	Me	Je	Ve	Sa
2020	Ve	Sa	Di	Lu
2021	Sa	Di	Lu	Ma



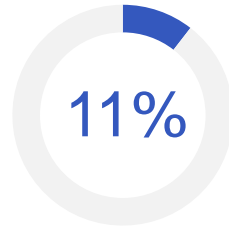
Base : achats de végétaux à destination du cimetière

Significativement supérieur/inférieur à 2020



Concernant les végétaux pour les obsèques, la part de foyers acheteurs progresse légèrement. Malgré une petite baisse du budget moyen et des quantités achetées, le marché progresse en valeur.

**Niveau foyer**  
**Taux de pénétration**  
% des foyers en France



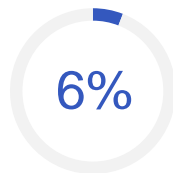
2020 : 10%  
2019 : 10%



**3,0M**  
2020 : 2,7M  
2019 : 2,8M

En 2020, 28 479 949 foyers en France

**Niveau individu**  
**Taux de pénétration**  
% des individus en France



2020 : 6%

**Budget moyen**  
en valeur



**86,20€** -4,40€  
**de budget moyen**  
**par foyer acheteur**

**Quantité moyenne**  
en volume



**2,0** -0,7  
**Quantités en moyenne**  
**par foyer acheteur**

**Sommes dépensées**

**296,6M€ (+8%)**  
2020 : 274,0M€ (+14%)  
2019 : 241,0M€

**Volumes achetés**

**7,8M (-14%)**  
2020 : 9,1M (-2%)  
2019 : 9,4M



**3,1M** d'individus de **18 ans et plus** 2020 : 3,0M

En 2021, 50 764 712 individus de 18 ans et plus en France

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



Les fleuristes renforcent leur part de marché prédominante en volume comme en valeur. Les services de commande à distance ont perdu en parts de marché : sortant de la crise, les restrictions de mobilité ne sont plus un moteur de succès.

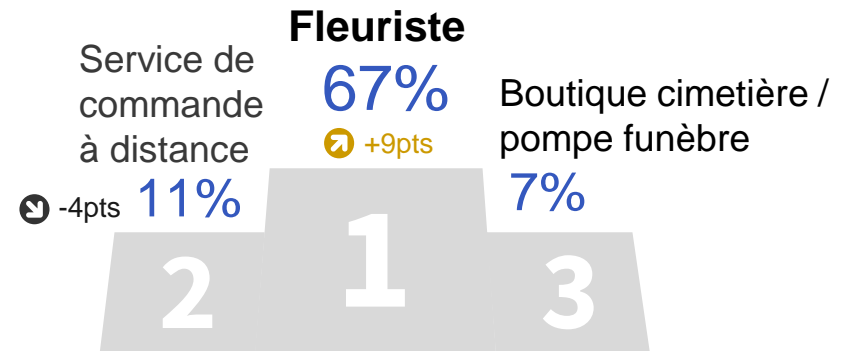
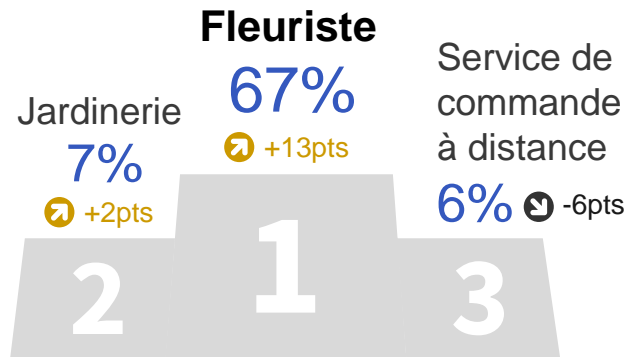
Part de marché volume et valeur des lieux d'achats



**% Volume**  
Quantités achetées (QA)



**% Valeur**  
Sommes dépensées (SD)



Base : achats de végétaux à destination d'obsèques

Significativement supérieur/inférieur à 2020

## A retenir, concernant les achats de végétaux pour le cimetière et les obsèques en 2021 ...



30%

des foyers ont acheté un végétal pour le **cimetière**. C'est une augmentation de **+2pts** par rapport à 2020, avec une **hausse du marché** en volume (+8%) et en sommes dépensées (+9%).



28%

de part de marché pour la **grande distribution**, 1<sup>er</sup> circuit en volume. Les **fleuristes** dominent toujours le marché en valeur (28%).



11%

des foyers ont acheté un végétal pour des **obsèques** en 2021, en légère progression.



67%

de parts de marché en volume et en valeur pour les **fleuristes**, une proportion en forte hausse au détriment des autres lieux d'achats.



Merci

**KANTAR**

**Béatrice Guilbert**

[beatrice.guilbert@kantar.com](mailto:beatrice.guilbert@kantar.com)

01 40 92 44 00

**Daniele Schinaia**

[daniele.schinaia@kantar.com](mailto:daniele.schinaia@kantar.com)

01 40 92 28 68

**Thomas Schlaeintzauer**

[thomas.schlaeintzauer@kantar.com](mailto:thomas.schlaeintzauer@kantar.com)

01 40 92 24 08

Kantar

3, Av. Pierre Masse, 75014 Paris Cedex  
01 40 92 66 66 | [www.kantar.com](http://www.kantar.com) |

