

# Les achats de sapins de Noël des foyers français en 2015



# Sommaire

<b>Enjeux &amp; Synthèse</b>	<b>p3</b>
<b>Rappel méthodologique et éléments de contexte</b>	<b>p6</b>
<b>1. Baisse tendancielle du marché des sapins de Noël en 2015 tirée par le recul des sapins naturels</b>	<b>p13</b>
<b>2. Les caractéristiques des sapins naturels achetés évoluent</b>	<b>p19</b>
<b>3. Les achats de sapins artificiels continuent de progresser</b>	<b>p29</b>
<b>4. Recul des principaux circuits et progression des exploitations ainsi que des circuits « alternatifs » (écoles, mairies, associations)</b>	<b>p34</b>
<b>5. Seulement un acheteur de sapin sur 10 achète également des végétaux d'ornement à l'occasion de Noël</b>	<b>p40</b>

Ce document a été rédigé dans le respect des procédures Qualité de TNS Sofres.  
Il a été validé par Frédéric Los, Directeur de clientèle



**TNS Sofres**

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015





# Enjeu et Synthèse



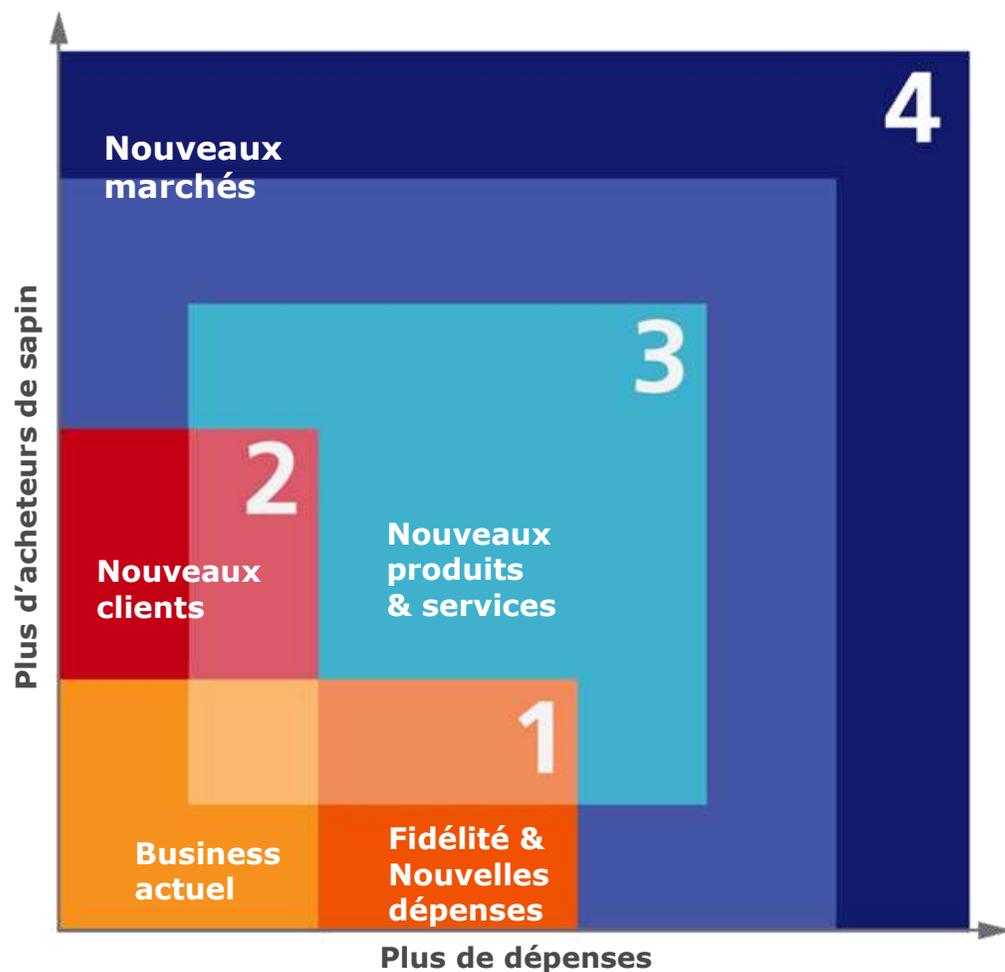
**TNS Sofres**

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



# Enjeu : préparer la croissance du marché du sapin naturel pour Noël 2016



## Principal enjeu de croissance

La France est productrice de sapins, En parallèle, les circuits spécialistes du végétal perdent des parts de marché sur la catégorie des sapins naturels.

Votre objectif est de trouver les arguments ou les actions pour soutenir la production française et les circuits spécialistes du végétal à travers 2 axes de développement :

- **Fidéliser les clients qui sont déjà acheteurs en circuit spécialisés** ; si possible en y augmentant la part des sapins produits en France.
- **Développer de nouveaux axes de communication ou des services inédits**, pour attirer des nouveaux clients vers la distribution spécialisée ou vers la production française si une part de celle-ci est distribuée en circuit généraliste.

# Les principaux enseignements

## Un marché marqué par l'actualité de fin d'année ?

En 2015, on observe une baisse tendancielle du marché des sapins de Noël : **le taux d'acheteurs recule de 1,4pt par rapport à 2014** (22,0% vs 23,4%), cette diminution est imputable aux sapins naturels dont le taux de ménages acheteurs passe de 19,8% à 18,3% en 2015 (-1,5pt).

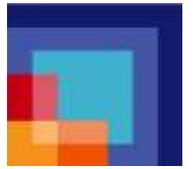
Au sein des sapins naturels, en volume les Nordmanns et les Epicéas sont stables, mais en valeur le premier diminue et le second progresse (respectivement -1,6pt et +2,6pts). Par contre, bien que le marché des sapins artificiels demeure anecdotique, **il progresse de façon constante depuis ces 3 dernières années**, le taux d'acheteur gagne 0,2pt (3,7% des ménages).

Outre le recul du marché on observe une évolution dans les caractéristiques d'achat du sapin :

- les sapins sont achetés de plus en plus tôt : en 2015, plus de 4 sapins naturels sur 10 et près de la moitié des sapins artificiels sont achetés entre le 1<sup>er</sup> et le 9 décembre (une part qui gagne 3pts pour les sapins naturels et 7,1pts pour les artificiels).
- ils sont plus grands : 37% des sapins naturels (+3,7pts vs 2014) et 34% des sapins artificiels (+7,4pts vs 2014) font plus d'1m50.
- enfin, on observe une hausse notable des achats de sapins en pot pour les Epicéas (+8pts vs 2014).

La grande distribution reste le principal lieu d'achat (un peu plus de 3 sapins sur 10) mais sa part de marché diminue sans que cela profite aux professionnels des végétaux qui perdent progressivement des parts de marché ; à l'exception des Epicéas qui bénéficient d'une bonne performance des exploitations (+2,3pts de part de marché vs 2014). En parallèle, on assiste à une émergence plus prononcée des circuits moins traditionnels comme les écoles, les mairies ou les associations (6% des achats de sapins naturels). L'achat sur les marchés ou les foires a régressé de façon significative en 2015 : hypothèse d'un effet spécifique post 13 novembre ?

L'achat de sapin demeure exclusif puisque seulement 1 acheteur de sapin sur 10 achète en plus de celui-ci un végétal d'ornement pour les fêtes de fin d'année. Les plantes en pot sont privilégiées, notamment les Jacinthes et les Poinsettia et ces végétaux sont le plus souvent achetés pour être placés en intérieur, pour décorer la table du réveillon (44% des végétaux d'ornement achetés en plus d'un sapin de Noël).



## Principales observations

- Baisse tendancielle du marché des sapins de Noël imputable aux sapins naturels. Cette décroissance est particulièrement notable pour les Nordmanns, alors que les Epicéas se stabilisent. Le marché des sapins artificiels demeure anecdotique mais il progresse de façon constante depuis ces 3 dernières années.
- Les caractéristiques des sapins évoluent : les sapins sont achetés de plus en plus tôt et ils sont plus grands, aussi bien pour les sapins naturels qu'artificiels. Spécificité des Epicéas : on observe une hausse notable des achats de sapins en pot.
- La grande distribution reste le principal lieu d'achat. Les professionnels des végétaux perdent progressivement des parts de marché, sauf pour les Epicéas. L'achat sur l'exploitation progresse, en parallèle à une émergence plus prononcée des circuits atypiques comme les écoles, les mairies ou les associations. L'achat sur les marchés ou les foires a régressé : hypothèse d'un effet spécifique post 13 novembre ?
- Seul 1 acheteur de sapin sur 10 achète en plus de celui-ci un végétal d'ornement pour les fêtes de fin d'année. Les plantes en pot sont privilégiées et ces végétaux sont le plus souvent achetés pour être placés en intérieur, pour décorer la table du réveillon.

## Les enjeux pour 2016

- Continuer de communiquer sur la symbolique du sapin pour les fêtes de Noël et sur les « bienfaits » d'un sapin naturel.
- Valoriser les avantages d'acheter un sapin en pot : geste écologique, respectueux de l'environnement, investissement dans un végétal qui va durer, etc. Réfléchir à des actions de valorisation du sapin coupé également sur des axes « écologiques / environnement / développement durable » pour soutenir aussi ce segment de marché
- Faire de l'achat du sapin de Noël chez un professionnel du végétal un moment d'achat « plaisir » familial (un père Noël dans les rayons ?) mais aussi « différencié » (de l'éducation écologique ? du conseil déco ?) pour susciter l'envie d'aller acheter spécifiquement son sapin en circuit spécialisé.
- Rapprocher physiquement les rayons des sapins et les plantes décoratives plus prisées à Noël ?
- Faire des opérations promotionnelles différées (ex : 1 sapin acheté, une plante décorative offerte deux semaines plus tard ?) pour créer du trafic et susciter des achats additionnels lors de la deuxième visite.



# Rappel méthodologique et éléments de contexte pour l'étude



**TNS Sofres**

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



# Méthodologie de l'étude 2015



## Echantillon

- Cette étude a été réalisée à partir du **Panel consommateurs de TNS Sofres** (Metascope), **représentatif des ménages français** selon les critères sociodémographiques usuels.
- **6000** ménages représentatifs appartenant à ce panel ont été sélectionnés pour cette étude.
- **4692** questionnaires ont été retournés par les ménages et intégrés dans l'analyse.



## Mode de recueil

- Un **questionnaire auto-administré** a été adressé par **voie postale** fin décembre 2015 aux ménages sélectionnés.

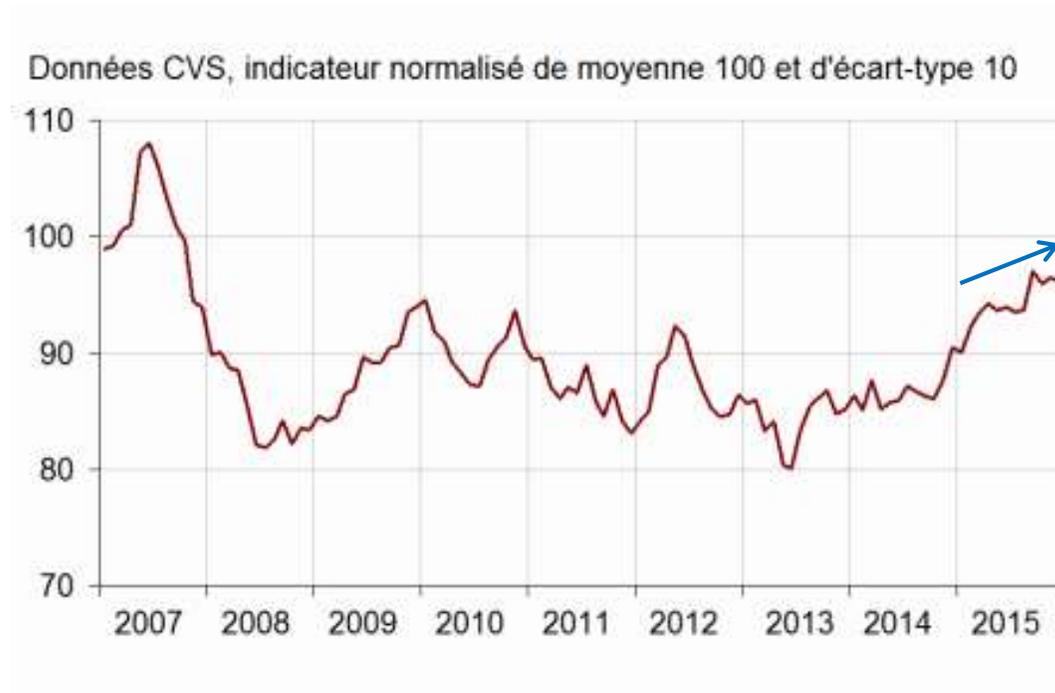


## Dates de terrain

- L'acheminement, le remplissage et le retour des questionnaires s'est effectué entre **le 30 décembre 2015 et le 14 février 2016**.



La confiance des ménages est en hausse sur l'ensemble de l'année 2015 et se stabilise sur la fin de l'année



Indicateur synthétique de confiance des ménages prenant en compte la situation personnelle (financière, épargne), et le contexte économique en France

Source Insee



# Qui se traduit par une légère hausse du budget prévu pour les fêtes de fin d'année principalement le budget cadeau

Après plusieurs années de budgets en berne, les Français prévoient cette année de relâcher un peu les cordons de leurs bourses pour Noël avec un budget moyen de 577 euros.

Selon une étude du cabinet Deloitte réalisée auprès de 14 065 personnes, dont 1 727 Français, le budget consacré aux cadeaux, repas de Noël, et sorties de fêtes par les consommateurs hexagonaux sera cette année de 577 euros en moyenne.

Les consommateurs français sont motivés par un regain de confiance en l'avenir et par un attrait pour les opérations promotionnelles d'avant-fêtes.

Cela représente une hausse de 0,23 % par rapport au montant dépensé pour Noël 2014 (575,90 euros), et une augmentation de plus de 11 % par rapport à la prévision de dépenses établie l'an dernier à la même époque (518 euros).

« Il s'agit d'une hausse qui peut apparaître limitée, mais qui marque un vrai redressement par rapport à l'an dernier », où les consommateurs français avaient fortement revu leur budget à la baisse (-4,5 %), note Stéphane Rimbeuf, spécialiste de la consommation chez Deloitte.

Les Français se rapprochent ainsi du niveau de dépenses qu'ils avaient atteint en 2010, avec un pic à 606 euros.

## Envie de se faire plaisir

Deux autres études corroborent cette envie des Français de pouvoir à nouveau se faire plaisir pour les fêtes. Ainsi une enquête TNS Sofres/Ebay parue mi-octobre montrait déjà une hausse de 20 euros du budget cadeaux cette année, tandis qu'une étude Yougov/Mareduc fait état cette semaine de budgets au minimum stables (49 %) voire en augmentation (11 %).

Comme à l'accoutumée, les cadeaux resteront le principal poste de dépenses (61 %), avec 350 euros (+0,62 %) qui leur seront consacré cette année, selon Deloitte. Les enfants seront les plus gâtés, avec 32 % du budget qui leur seront consacrés et en moyenne 3,6 cadeaux.

Les dépenses liées aux sorties et aux divertissements feront une nouvelle fois l'objet de coupes drastiques (-11,27 %, à 43 euros), alors que celles liées aux repas de fêtes, qui avaient fait les frais des arbitrages l'an dernier, remontent de 2,61 %, à 184 euros.

Source : Ouest-France.fr 13/11/15



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



## Les attentats modifient la consommation des Français



Le Monde.fr | 17.11.2015 à 19h04 • Mis à jour le 18.11.2015 à 12h21 |

Par Cécile Prudhomme

Abonnez vous à partir de 1 € Réagir Classer Partager (72) Tweeter

Habités à profiter de leur week-end pour faire leurs courses, et de la mi-novembre pour débiter leurs achats de Noël, les Français – particulièrement les Parisiens – ont modifié leurs comportements d'achat dès le lendemain des attentats, plongeant les enseignes de distribution dans l'expectative.

Ce week-end, Casino a ainsi constaté une ruée sur les commerces de proximité, et notamment dans les Franprix et Leader Price. Le distributeur Franprix, dont 95 % du réseau se situe à Paris et en Ile-de-France, a enregistré, samedi 14 novembre, une hausse de 17 % de son chiffre d'affaires par rapport à un samedi normal. Dimanche, une augmentation de 15 % de ses ventes et de 20 % de la fréquentation de ses magasins a également été constatée.

**PAS DE DÉPLACEMENT À LA CAMPAGNE DANS LA RÉSIDENCE SECONDAIRE, OÙ [LES GENS] ONT L'HABITUDE DE FAIRE LEURS COURSES, NI DE DÉJEUNER CHEZ MAMAN EN BANLIEUE, OÙ LE SUPERMARCHÉ EST MOINS CHER**

Pour Leader Price, le chiffre d'affaires a bondi de 6 % dimanche et les visites de 10 % par rapport un dimanche moyen. Dans les hypermarchés du groupe Casino en France, pas de chiffres précis, mais un constat : si l'activité a été globalement assez stable dans le domaine alimentaire, le reste a baissé. Les Français sont allés à l'essentiel.

Source : [http://www.lemonde.fr/attaques-a-paris/article/2015/11/17/les-attentats-modifient-la-consommation-des-francais\\_4812164\\_4809495.html](http://www.lemonde.fr/attaques-a-paris/article/2015/11/17/les-attentats-modifient-la-consommation-des-francais_4812164_4809495.html)

## Commerces, transports, sorties... les attentats du 13 novembre pèsent bien plus que ceux de janvier

Le HuffPost | Par Jean-Baptiste Duval

Publication: 2015.11.20 09:49 CET | Mis à jour: 2015.11.20 13:13 CET



36 0

in Share Partager

**ECONOMIE** - Près d'une semaine après les attentats du 13 novembre, la France commence à mesurer l'impact économique de la terreur. Il ne faut pas se voiler la face, tout indique que les Français ont peur.

Alors qu'ils étaient restés relativement sereins après les attentats de janvier, y compris à Paris, cette fois ils marquent le coup. L'activité économique de nombreux secteurs montrent clairement qu'ils évitent de se regrouper, ou de fréquenter les lieux de grande affluence. Il est encore très tôt pour évaluer les conséquences, mais, par le passé, les attentats majeurs ont tous eu un effet négatif sur la croissance.

Aux États-Unis en 2001, en Espagne en 2004, au Royaume-Uni en 2005, la croissance du trimestre durant lequel a eu lieu les attentats a toujours été inférieure à celle du précédent et du suivant.

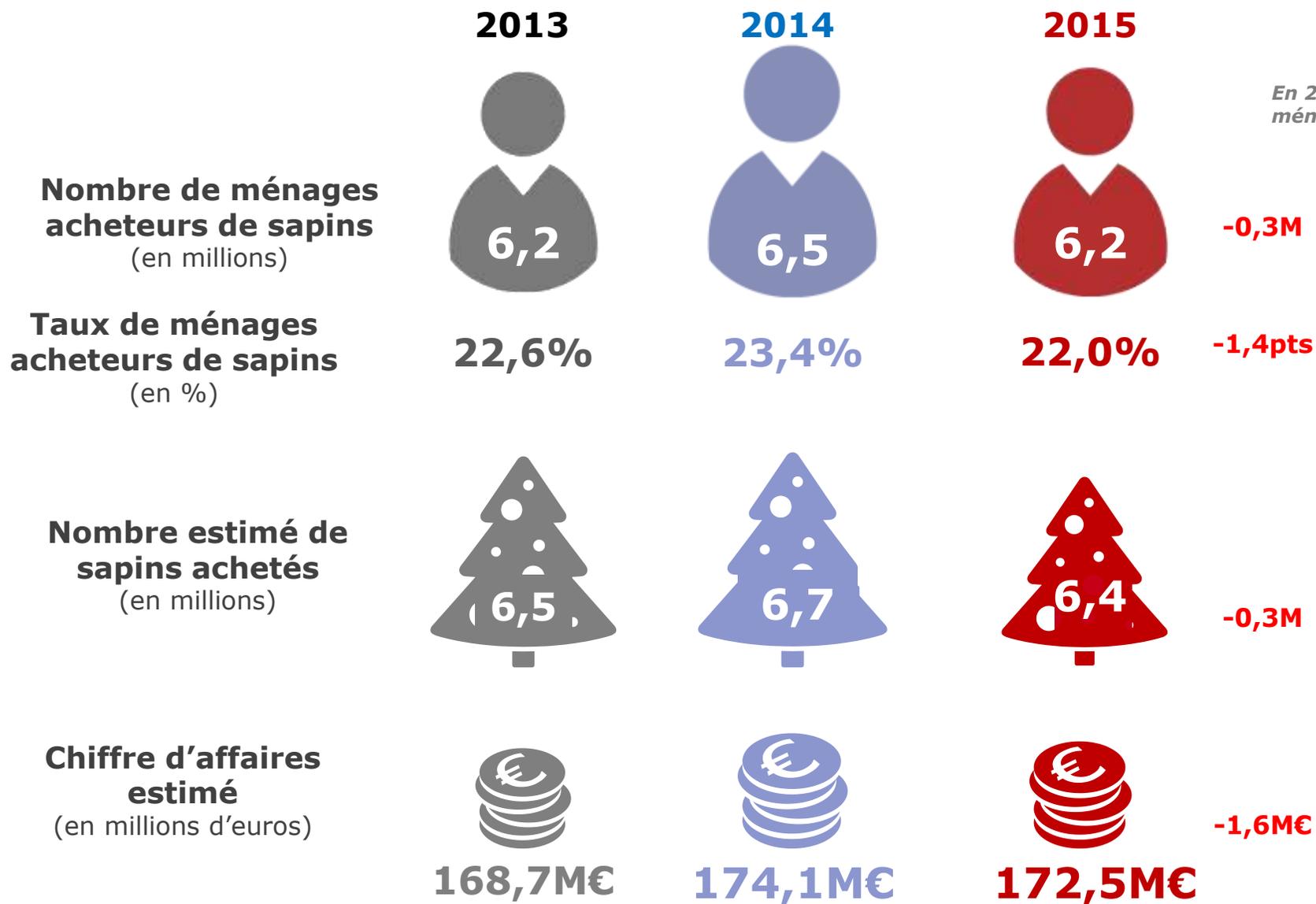
Source : [http://www.huffingtonpost.fr/2015/11/20/economie-attentat-13-novembre-entreprise-commerce-restauration-transport-metro\\_n\\_8599232.html](http://www.huffingtonpost.fr/2015/11/20/economie-attentat-13-novembre-entreprise-commerce-restauration-transport-metro_n_8599232.html)



# 1

Baisse tendancielle du marché des sapins de Noël en 2015 tirée par le recul des sapins naturels

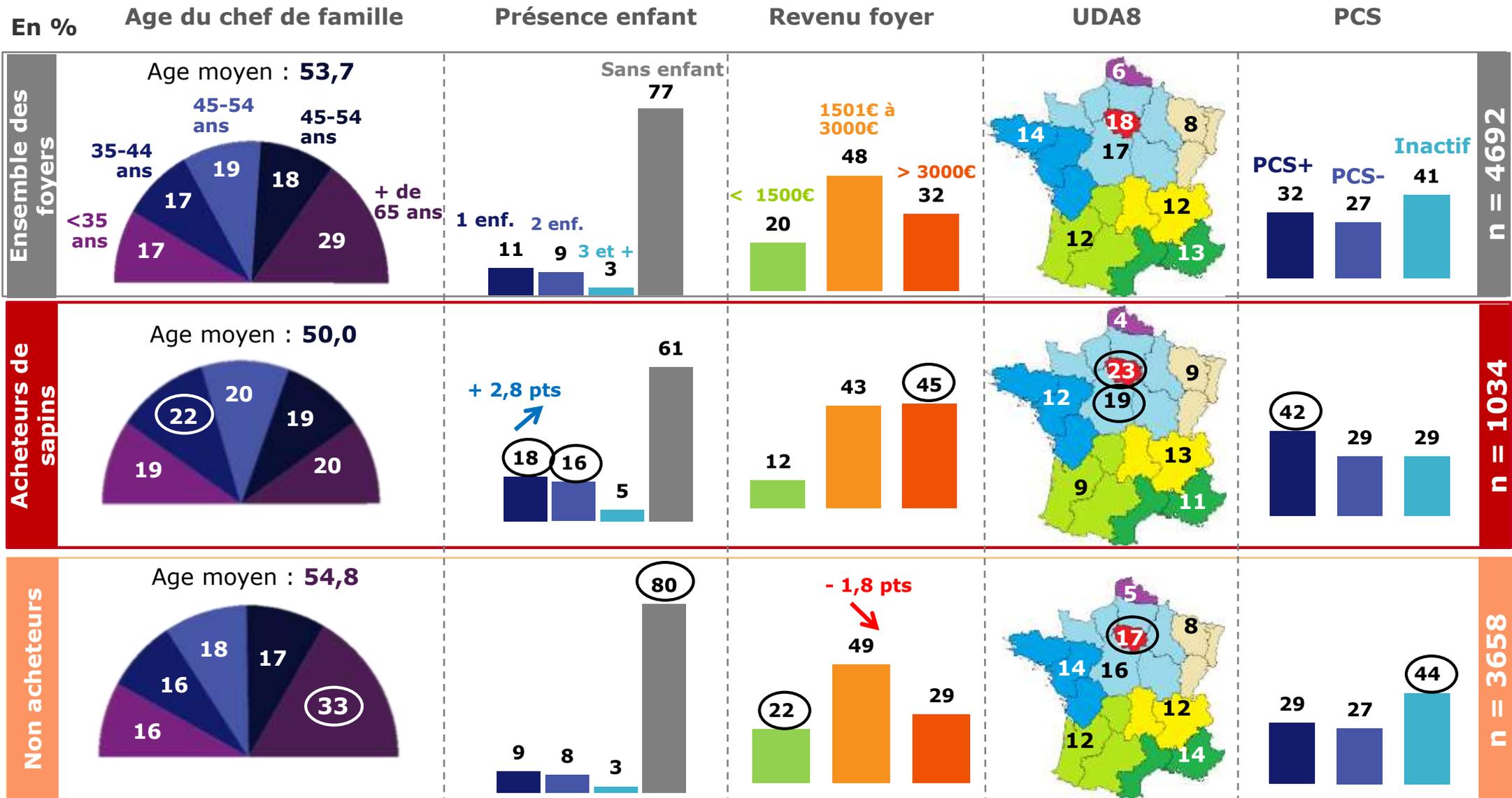
# Par rapport à 2014, un recul du nombre de foyers acheteurs et des indicateurs volume et valeur du marché des sapins



En 2015, 27 976 832 ménages en France



# Par rapport à 2014, hausse des foyers avec un enfant parmi les acheteurs de sapin



**TNS Sofres**

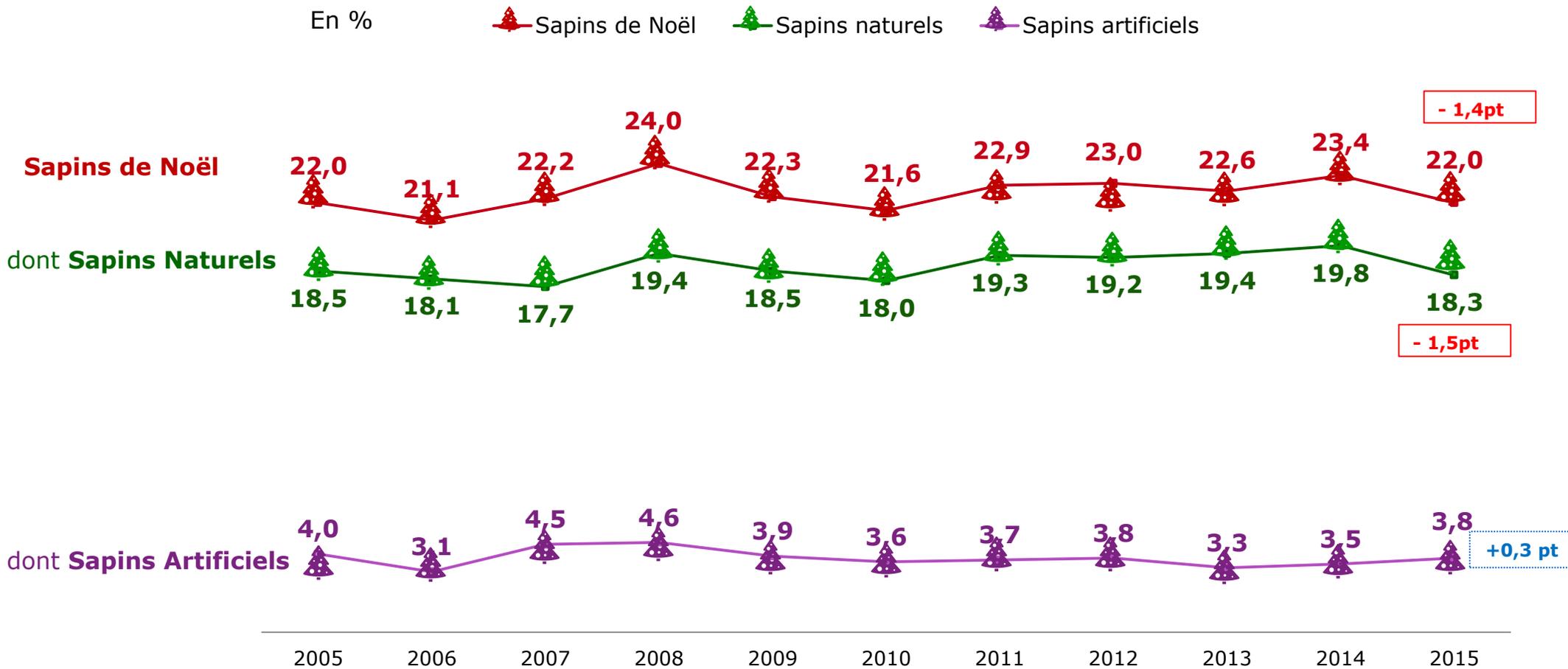
Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

Significativement supérieur par rapport à l'ensemble des foyers 17

# Une diminution du taux d'acheteurs principalement tirée par un recul des acheteurs de sapins naturels, alors que celui des sapins artificiels augmente de façon tendancielle



Base : ensemble des foyers (n=4692)

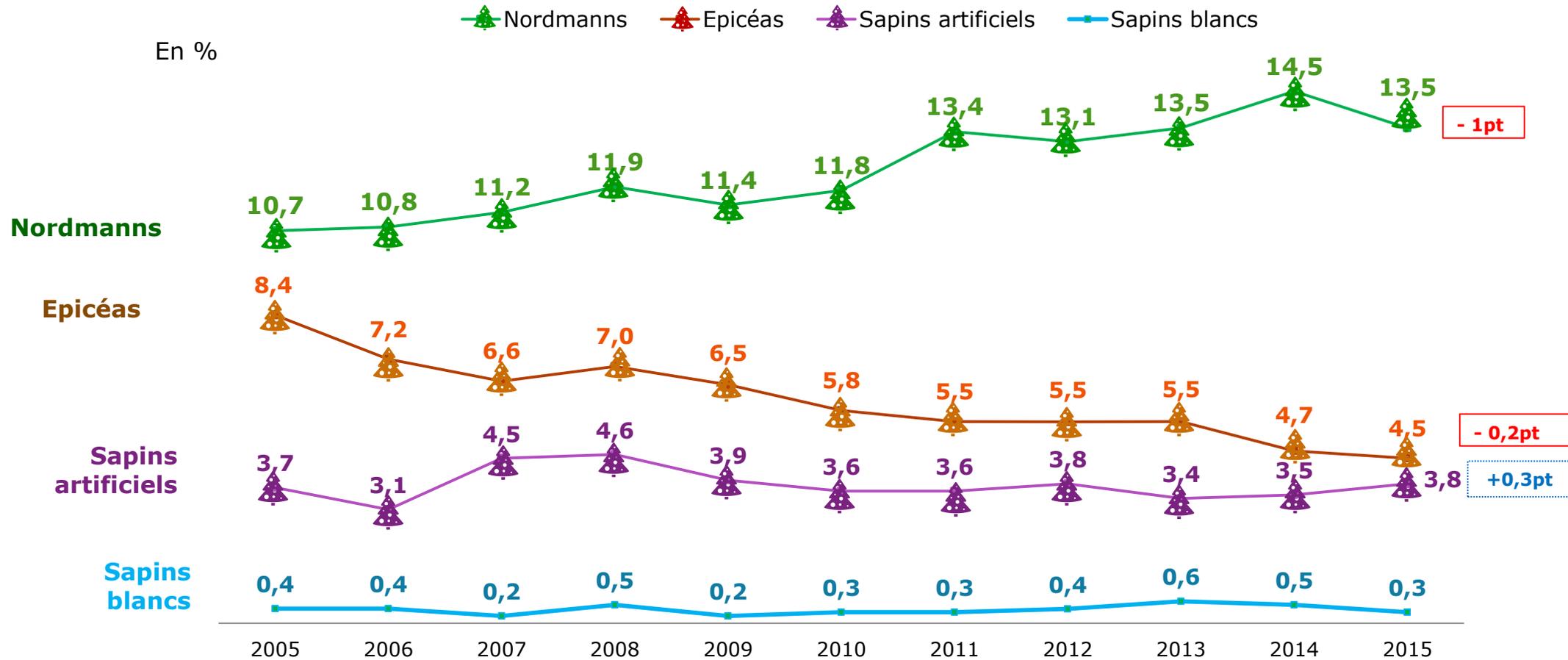


**TNS Sofres**  
Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

↗ Hausse ou baisse significative par rapport à 2014  
↘ Evolution tendancielle par rapport à 2014

Le taux d'acheteurs d'Épicéas continue de décliner de façon constante ces 10 dernières années. Le taux d'acheteurs de Nordmanns retrouve son niveau de 2013



Base : ensemble des foyers (n=4692)



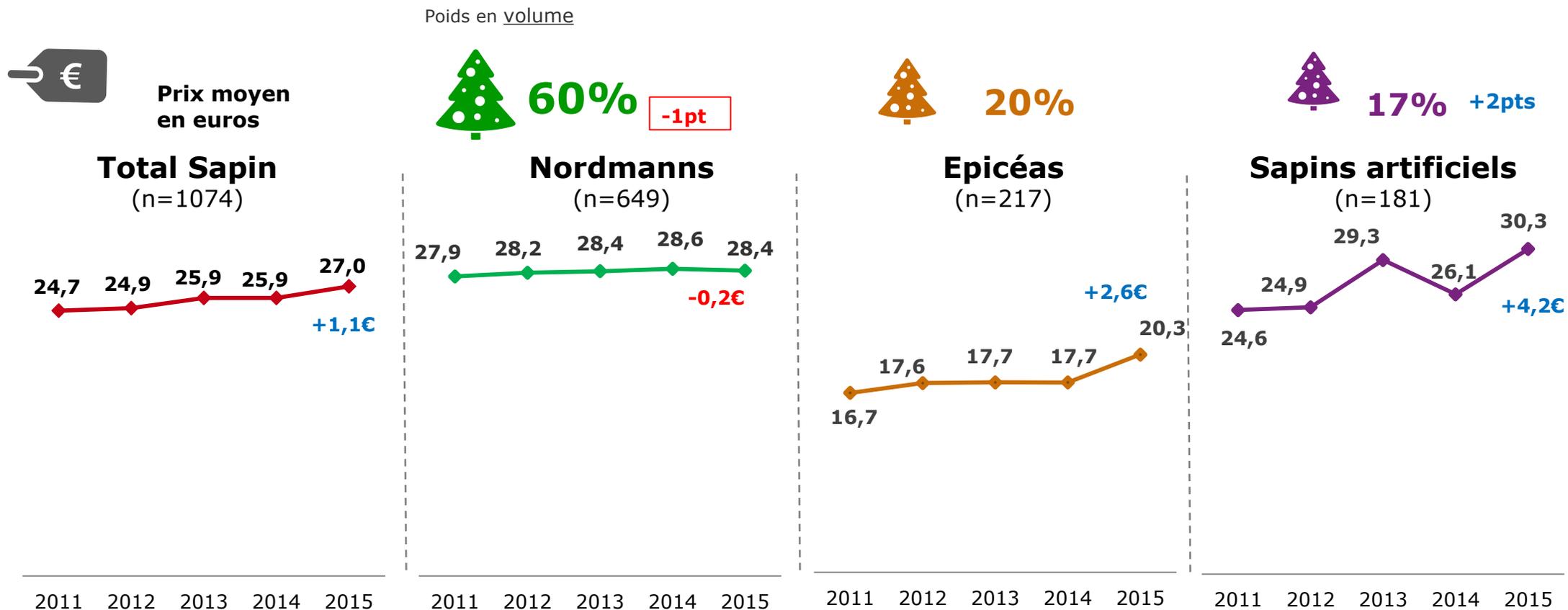
**TNS Sofres**  
 Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



Evolution tendancielle par rapport à 2014

# En volume, le poids des Nordmanns diminue au profit des sapins artificiels. Hausse du prix moyen du sapin tirée par la progression du prix des Epicéas et des sapins artificiels



Base: ensemble des sapins achetés (n=1074)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

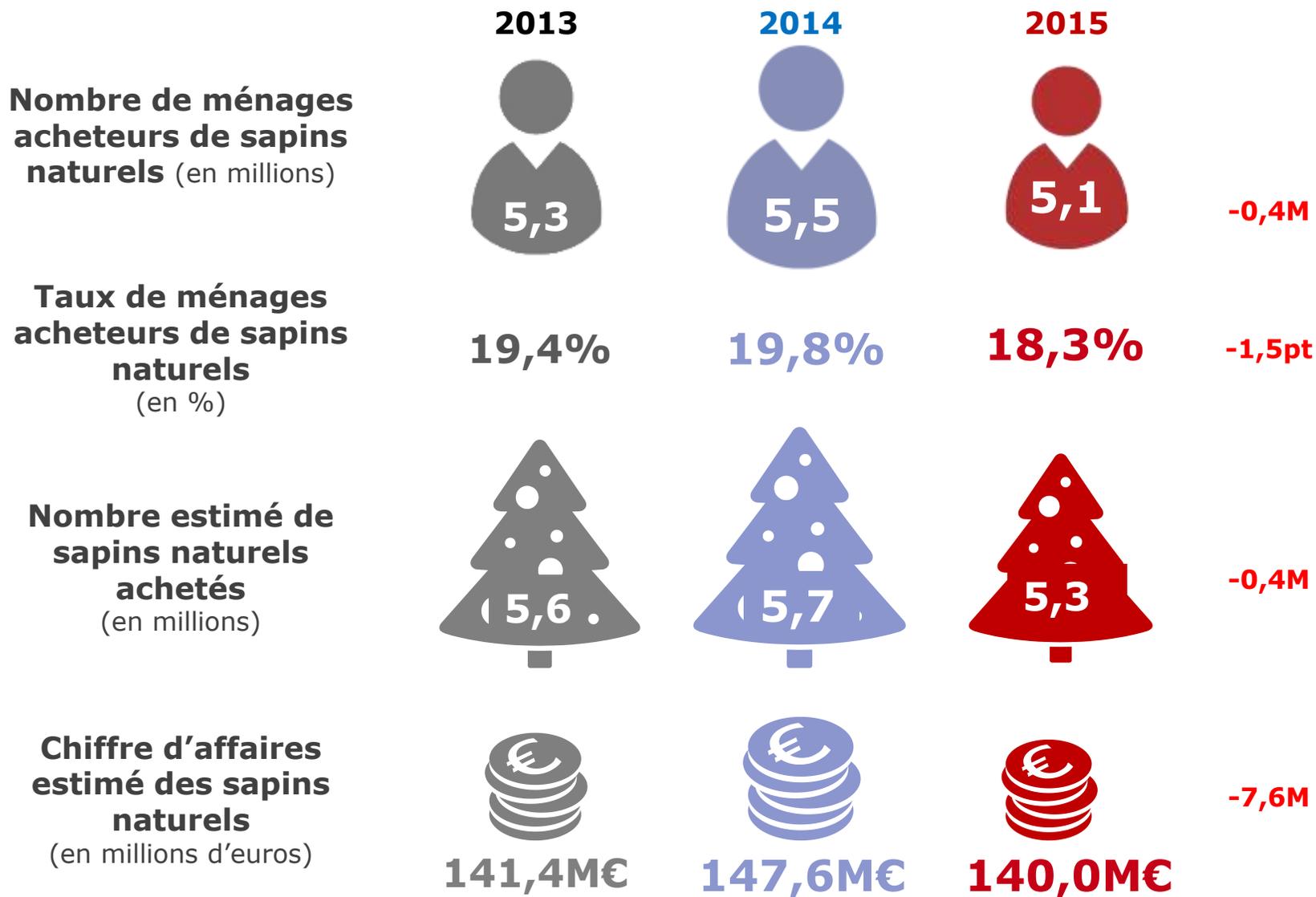


Evolution tendancielle par rapport à 2014



## 2 Les achats de sapins naturels reculent et les caractéristiques de ces derniers évoluent

# Des indicateurs en recul pour les sapins naturels





# Moins de foyers aux revenus inférieurs parmi les acheteurs de sapins naturels

En %

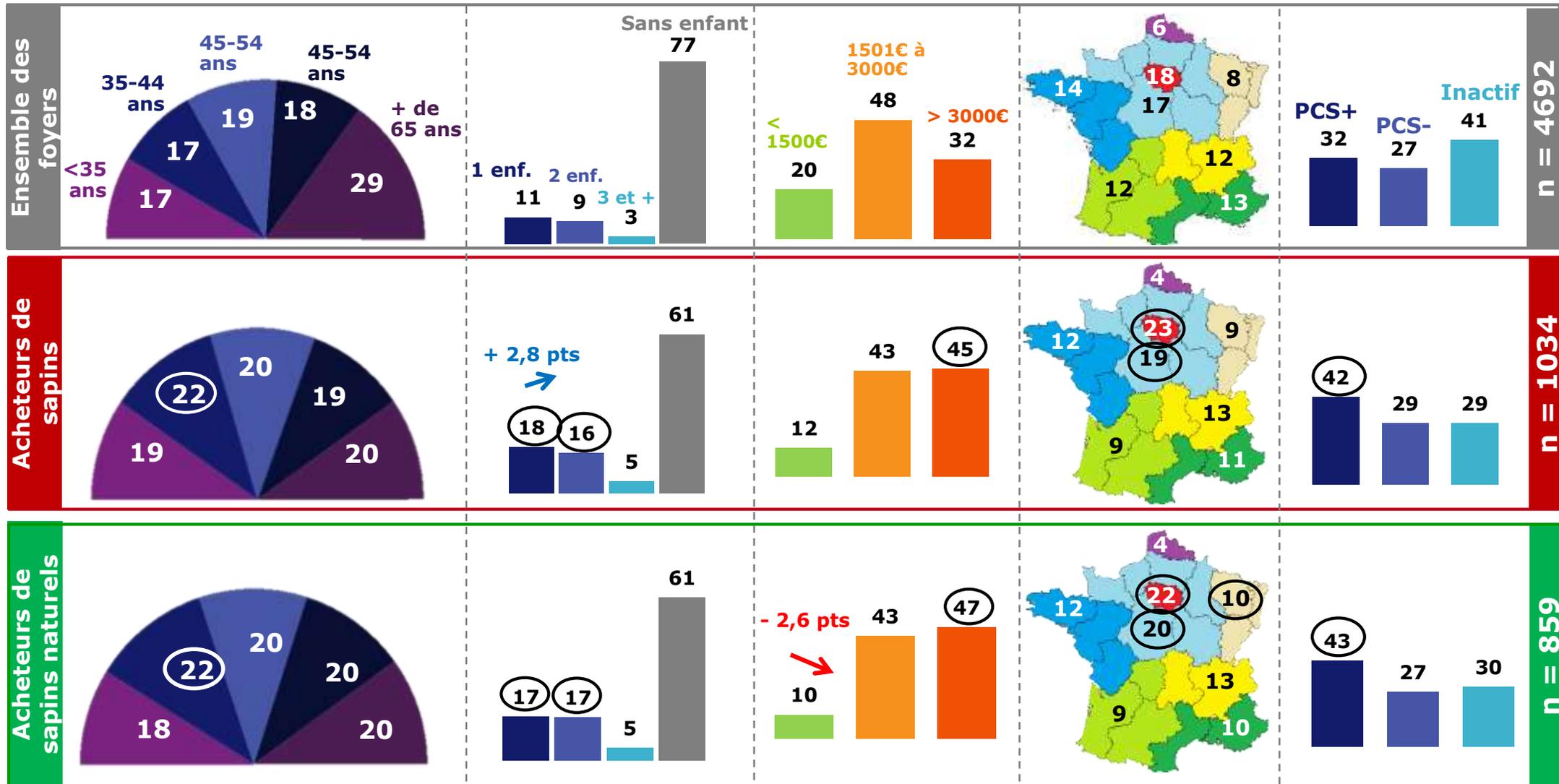
Age du chef de famille

Présence enfant

Revenu foyer

UDA8

PCS



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

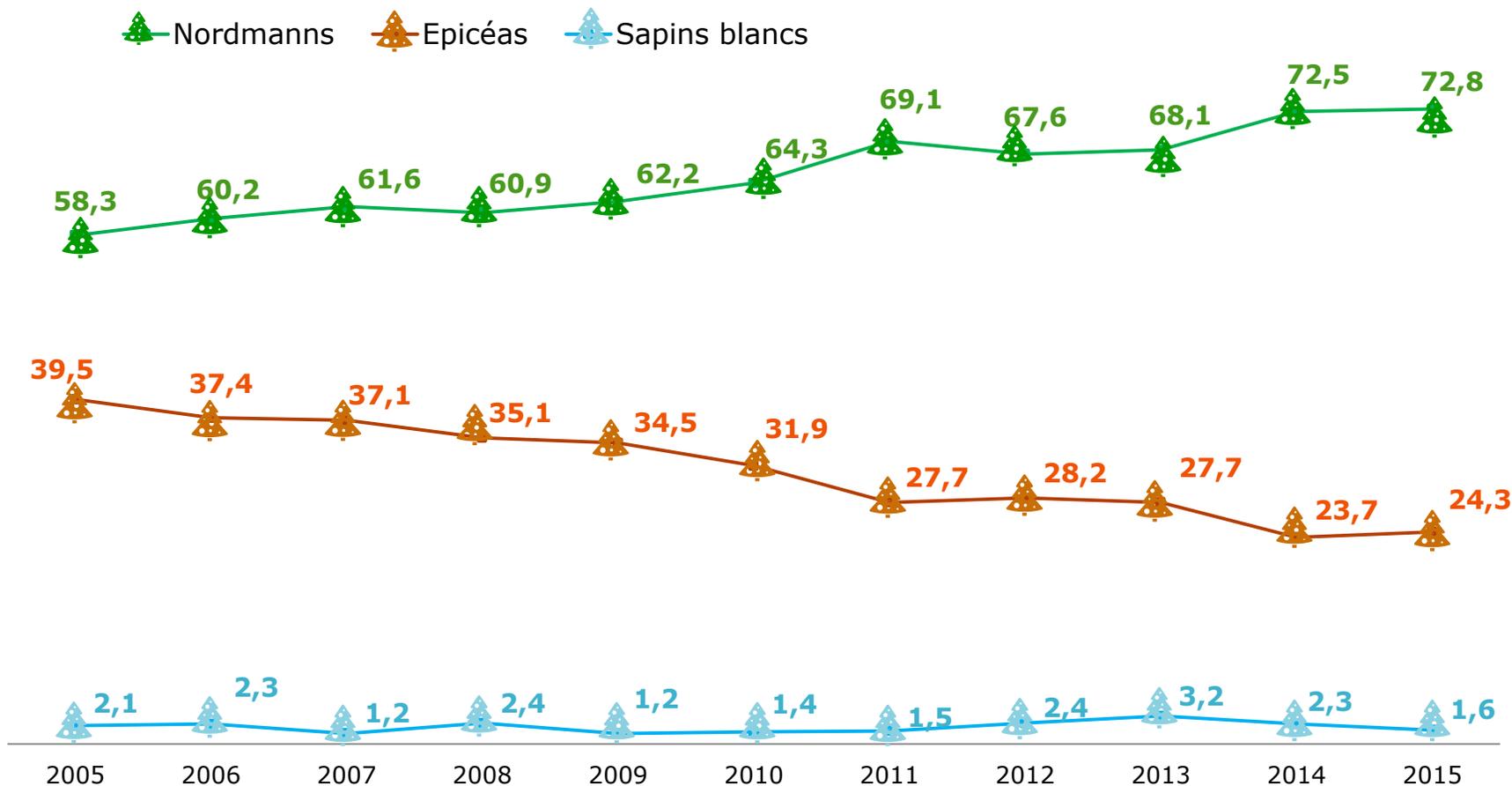
© TNS Décembre 2015

Hausse ou baisse significative par rapport à 2014  
 Significativement supérieur par rapport à l'ensemble des foyers

# Les Nordmanns représentent toujours près de ¾ des quantités achetées

En % volume

Autres types de sapins naturels en 2015 : 1,3%  
en 2014 : 1,5%  
en 2013 : 0,8%  
en 2012 : 1,2%



Base: ensemble des sapins naturels (n=892), en quantité

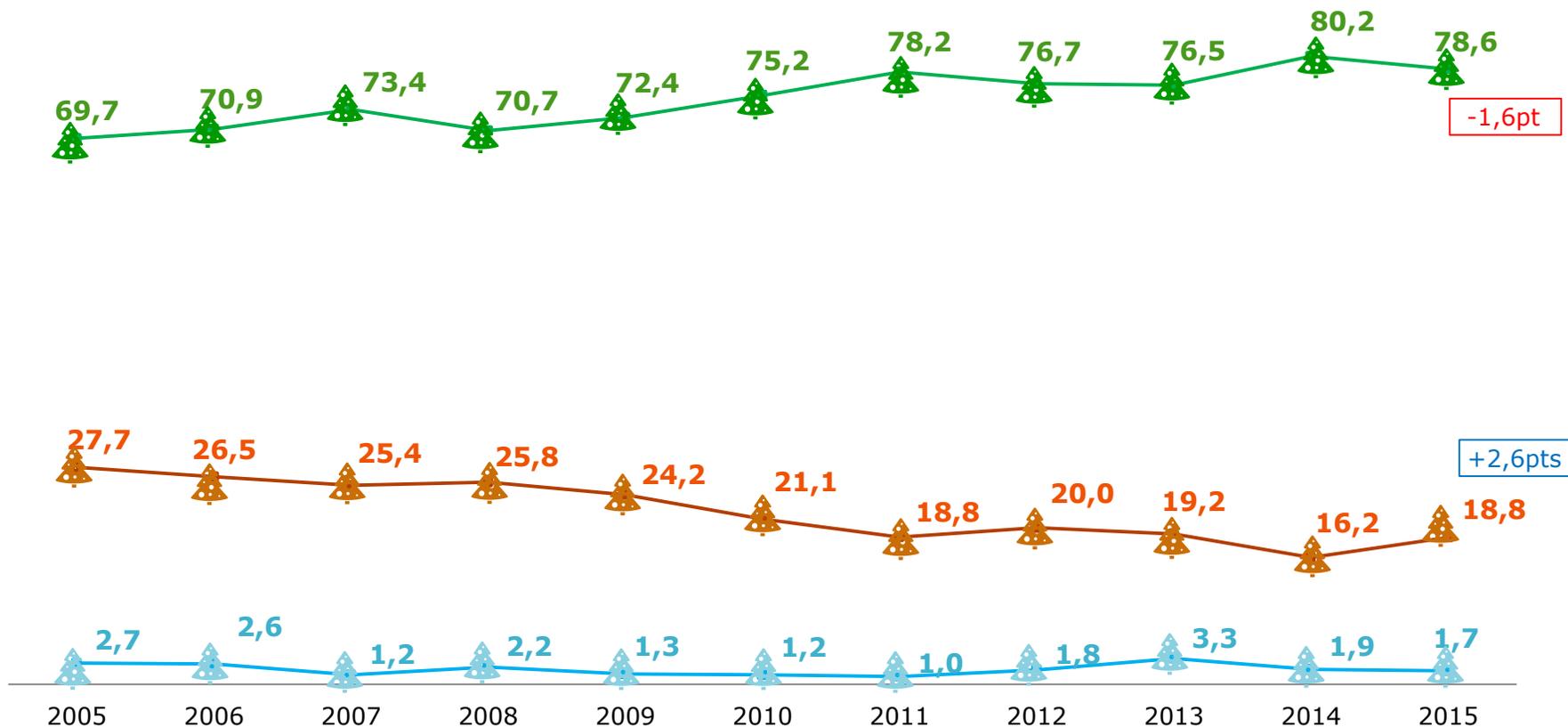
*Pas d'évolution significative par rapport à 2014*

# En valeur, en 2015 les Nordmanns génèrent près de 80% des sommes dépensées

En % Valeur

Autres types de sapins naturels en 2015 : 0,9%  
 en 2014 : 1,7%  
 en 2013 : 0,8%  
 en 2012 : 0,9%  
 en 2011 : 2,4%

▲ Nordmanns   
 ▲ Epicéas   
 ▲ Sapins blancs



Base: Ensemble des sapins naturels (n=892), en valeur

*Pas d'évolution significative par rapport à 2014*



**TNS Sofres**

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

La présentation coupée demeure prédominante pour les sapins naturels, versus 2014 on note une diminution des sapins coupés pour les Epicéas au profit des sapins en pot ou en motte



La part de la présentation coupée des sapins naturels

En % volume

### Total sapin naturel

89,1 88,9 89,3 90,0 90,0

2011 2012 2013 2014 2015

### Nordmanns

91,7 93,1 94,6 93,8 96,0  
+ 2,2pts

2011 2012 2013 2014 2015

### Epicéas

86,0 82,0 82,6 83,7 76,7  
- 7pts

En pot ou en motte : +7pts

2011 2012 2013 2014 2015

Base: Ensemble des sapins naturels (n = 892)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

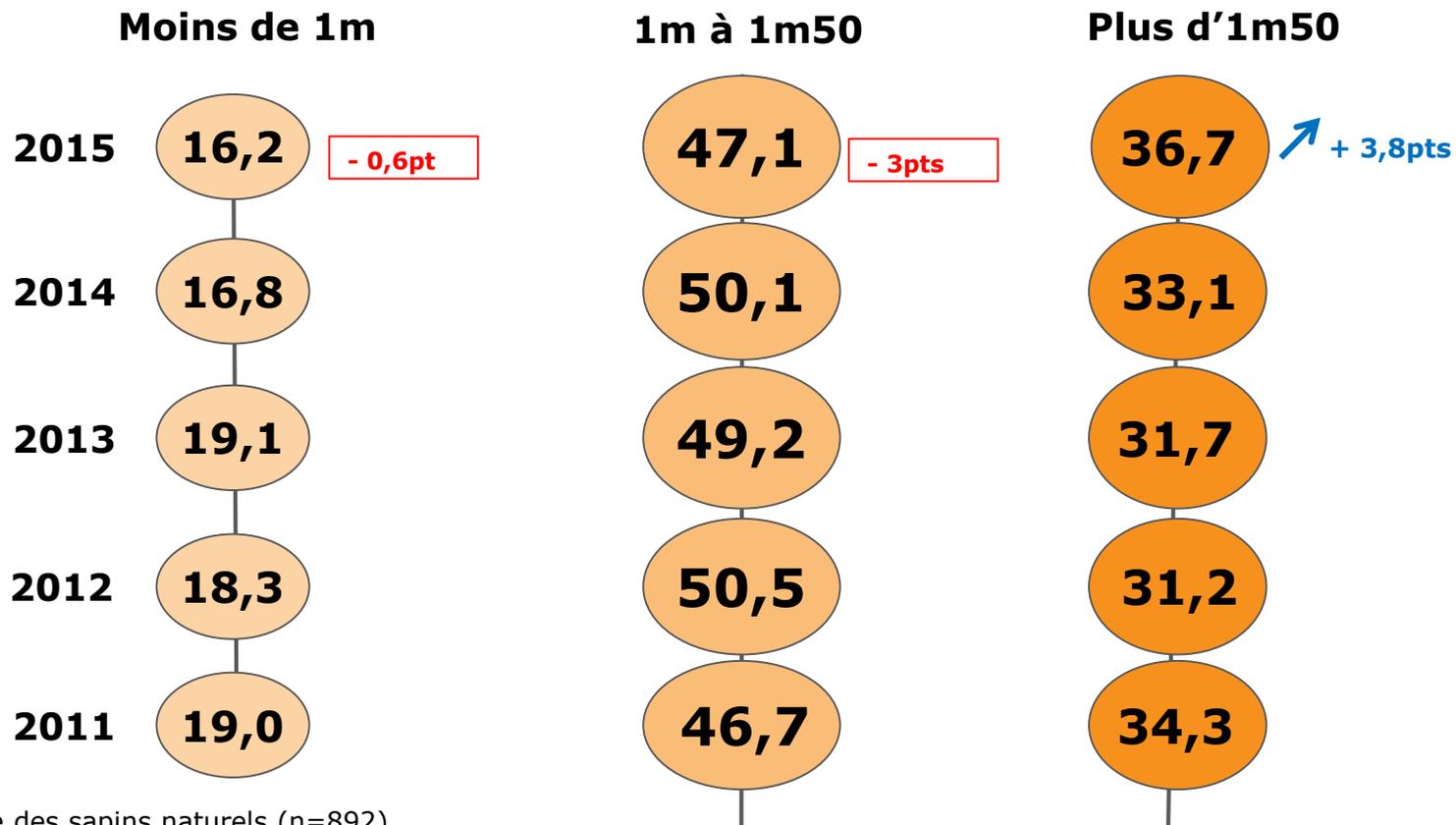
La taille des sapins naturels continue de progresser en 2015 avec une hausse du nombre de sapins de plus d'1,50m, à mettre en lien avec la hausse du prix moyen



Taille des sapins **naturels**



En % volume



Base: Ensemble des sapins naturels (n=892)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



*Hausse ou baisse significative par rapport à 2014*



*Evolution tendancielle par rapport à 2014*

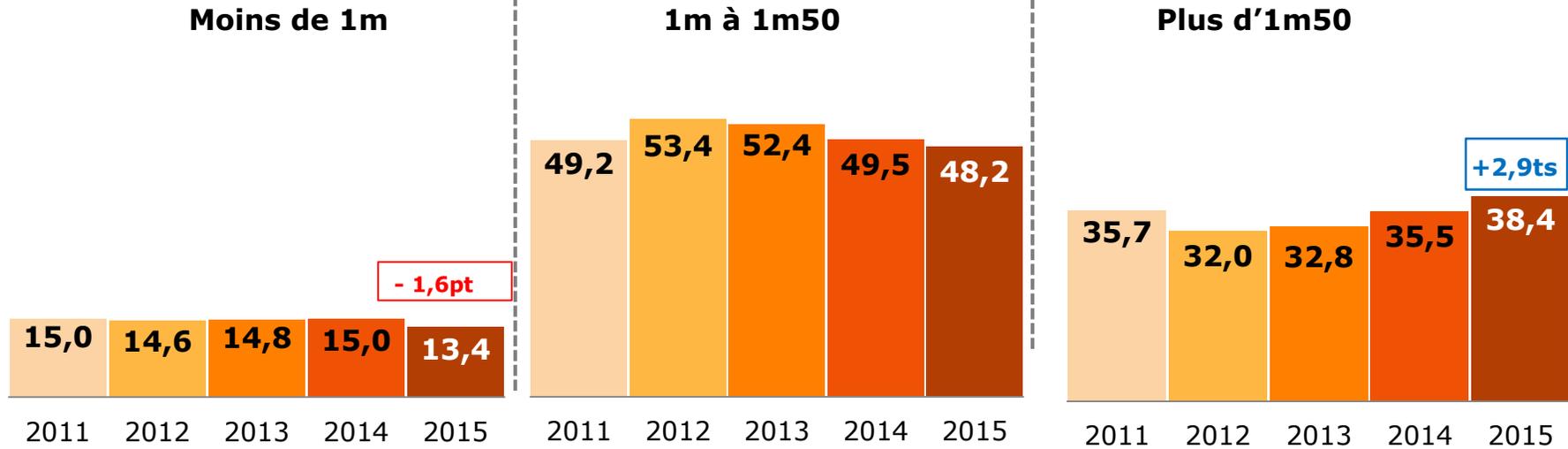
# Une hausse de la taille moyenne du sapin naturel tirée par les Epicéas

En % volume

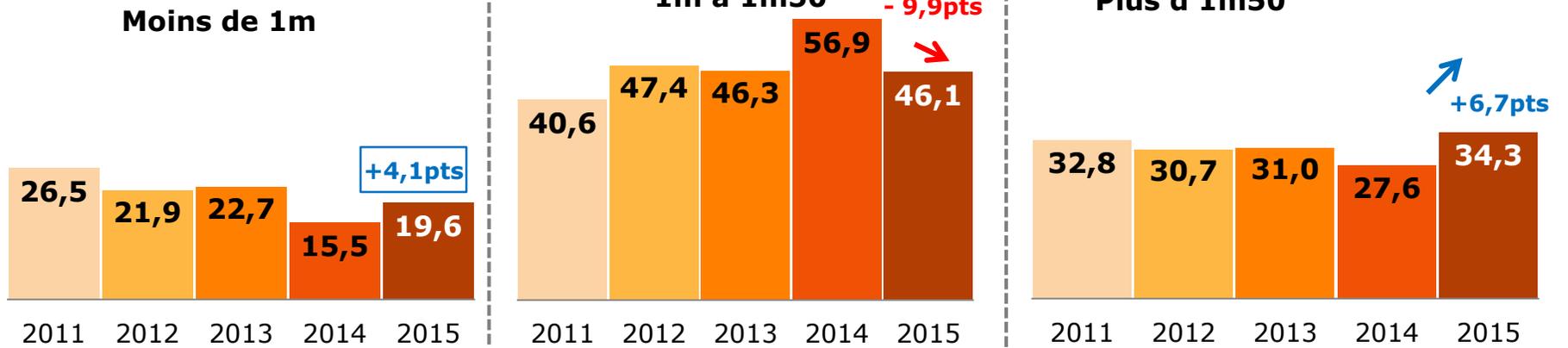
Base: Nordmanns (n=649)  
Epicéas (n=217)



## Taille des Nordmanns



## Taille des Epicéas



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

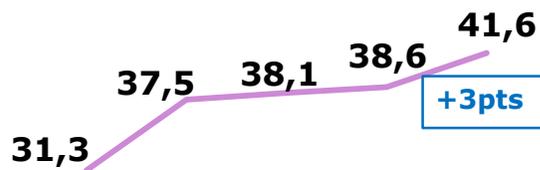
Les achats de sapins naturels se réalisent de plus en plus tôt chaque année, les ménages français anticipent davantage le budget alloué à cet achat



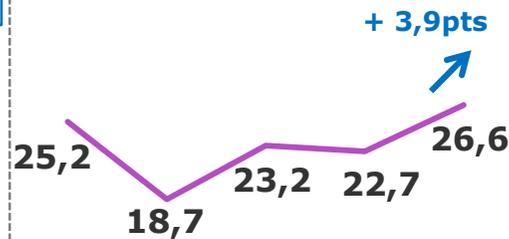
### Date d'achat des sapins naturels

En % volume

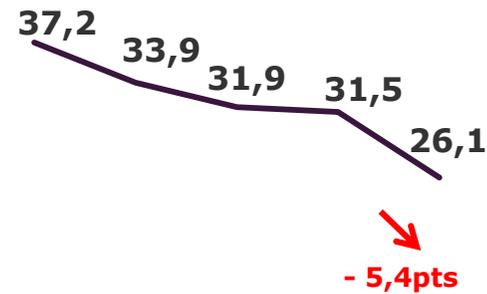
#### Du 1<sup>er</sup> au 9



#### Entre le 10 et le 14



#### Entre le 15 et le 20



#### Après le 21



2011 2012 2013 2014 2015

2011 2012 2013 2014 2015

2011 2012 2013 2014 2015

2011 2012 2013 2014 2015

Base: Ensemble des sapins naturels (n=892)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



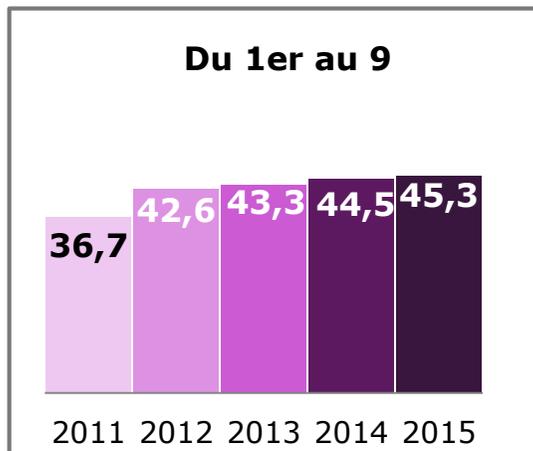
Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

Les périodes d'achat des différents types de sapins tendent à se rapprocher : en témoigne la hausse notable des achats d'Épicéas la première semaine de décembre, alors que les achats après le 15 décembre diminuent fortement. En lien avec la hausse des achats d'Épicéas en pot qui se conservent plus longtemps

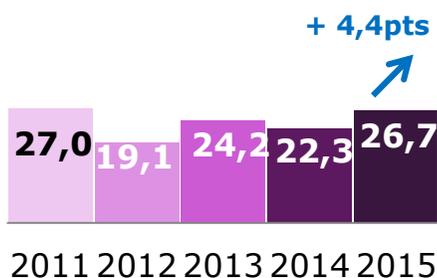


### Date d'achat des Nordmanns

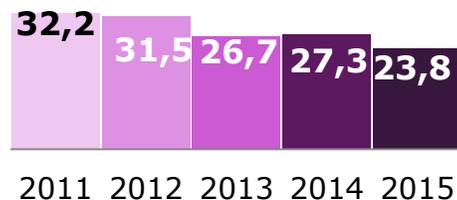
En % volume



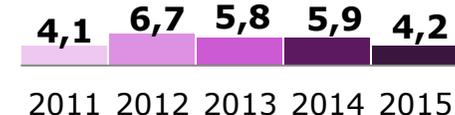
**Entre le 10 et le 14**



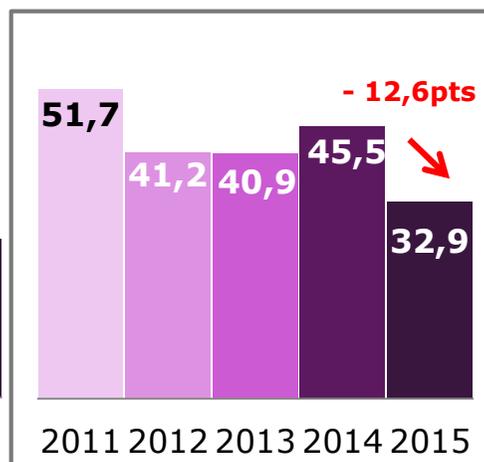
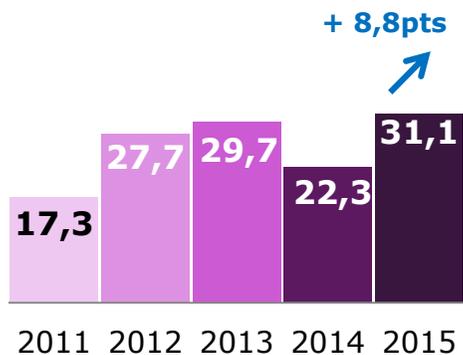
**Entre le 15 et le 20**



**Après le 21**



### Date d'achat des Épicéas



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Base: Nordmanns (n=649)  
Épicéas (n=217)

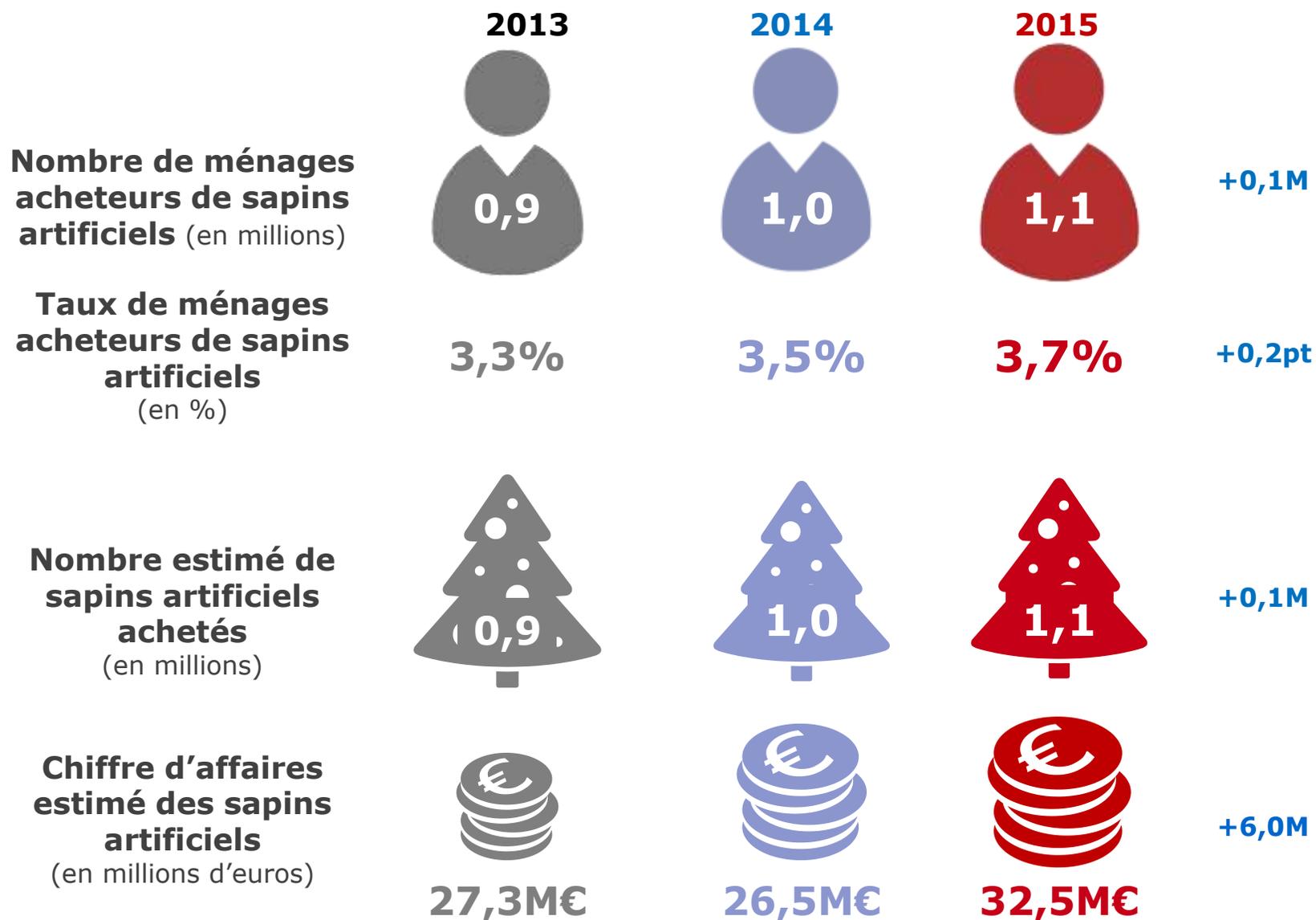
Hausse significative par rapport à 2014  
 Baisse significative par rapport à 2014

# 3

Les achats de sapins artificiels continuent de progresser



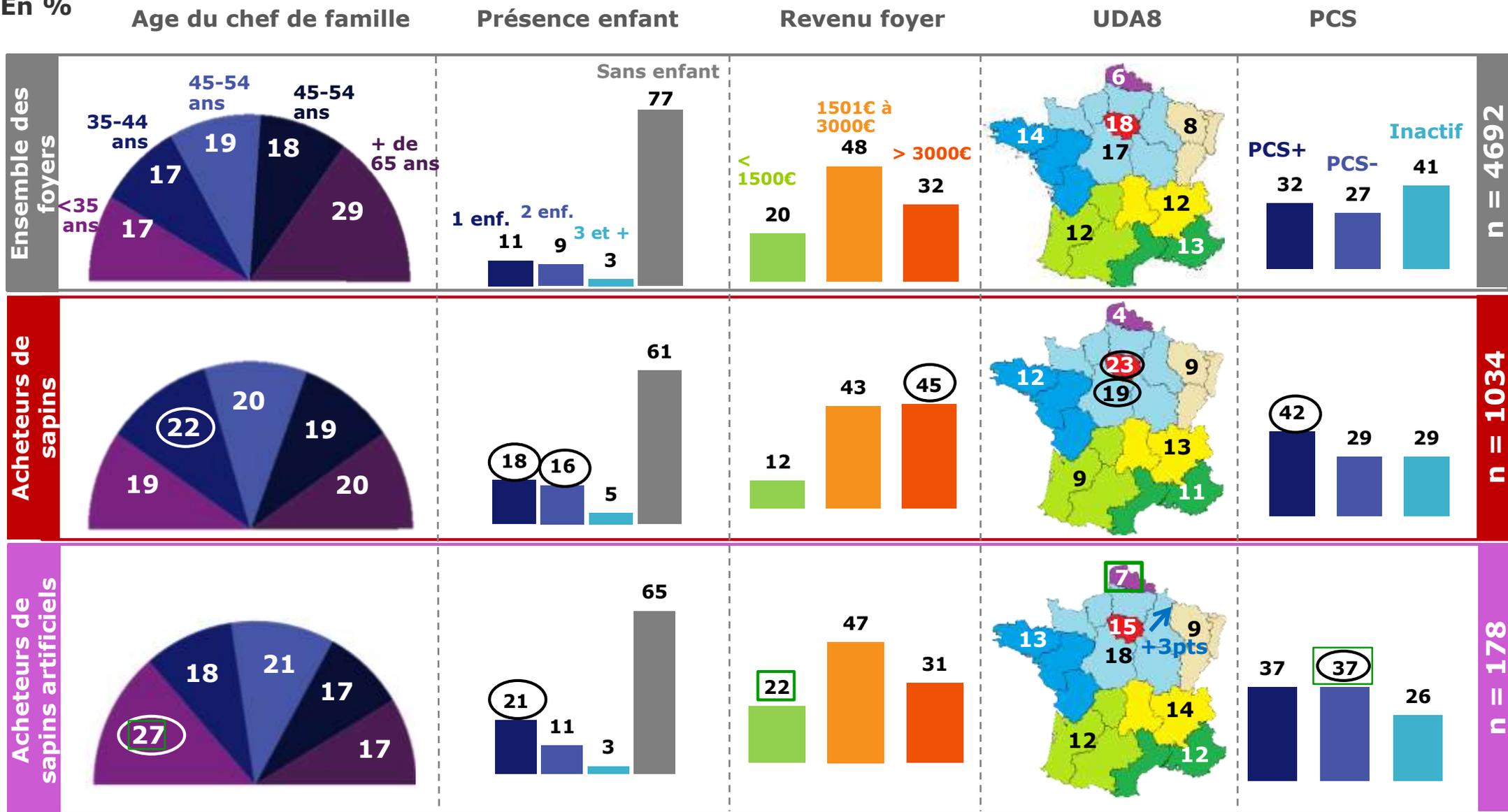
# Une progression des foyers acheteurs de sapins artificiels. Un marché qui crée de plus en plus de valeur





Les acheteurs de sapins artificiels sont plus jeunes et ont des revenus inférieurs à la moyenne. Par rapport à 2014, on trouve plus de franciliens parmi les acheteurs de sapins artificiels

En %



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015



Significativement supérieur par rapport aux acheteurs de sapins



Hausse significative par rapport à 2014



Significativement supérieur par rapport à l'ensemble des foyers

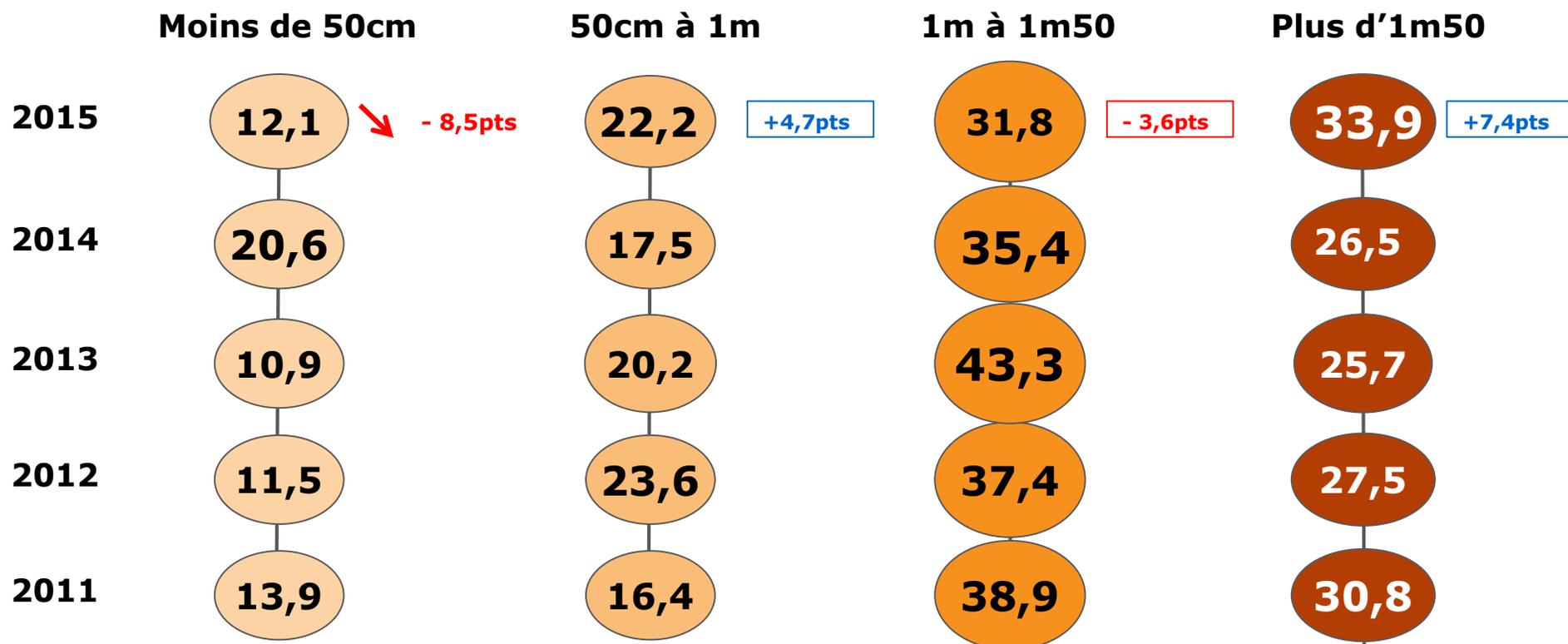
# La hausse de la taille des sapins artificiels explique l'augmentation du prix moyen



## Taille des sapins artificiels



En % volume



Base: Ensemble des sapins artificiels (n=181)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

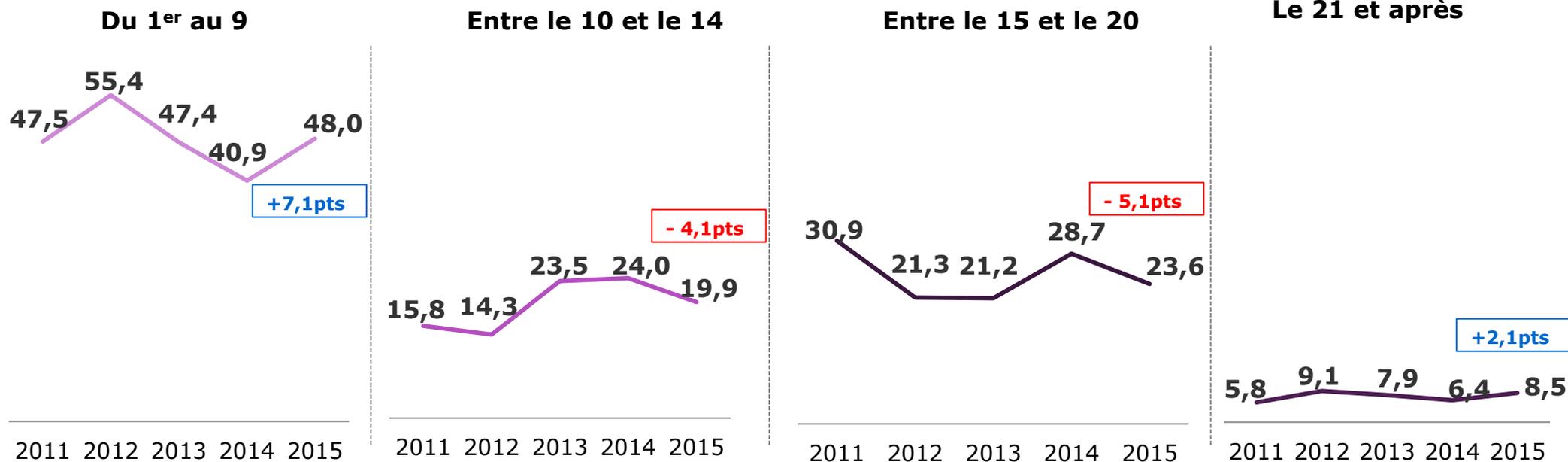
© TNS Décembre 2015

Evolution tendancielle par rapport à 2014  
 Hausse ou baisse significative par rapport à 2014 <sup>34</sup>

# Comme pour les sapins naturels, on observe plus de sapins artificiels achetés la 1<sup>ère</sup> semaine de décembre



**Date d'achat des sapins artificiels**  
En % volume



Base: Ensemble des sapins artificiels (n=181)



**TNS Sofres**  
Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Pas d'évolution significative par rapport à 2014



Evolution tendancielle par rapport à 2014



# 4

Recul des principaux circuits et progression des exploitations ainsi que des circuits « alternatifs » (écoles, mairies, associations)

# Définition des professionnels des végétaux versus les généralistes



Que regroupe-t-on ?

## Professionnels des végétaux

- **Fleuristes**
- **E-fleuristes**
- **Jardineries spécialisées**
- **Sur l'exploitation** (horticulteurs, pépiniéristes)
- **Grainetiers**
- **Coopératives/libre-service agricoles**
- **VPC**

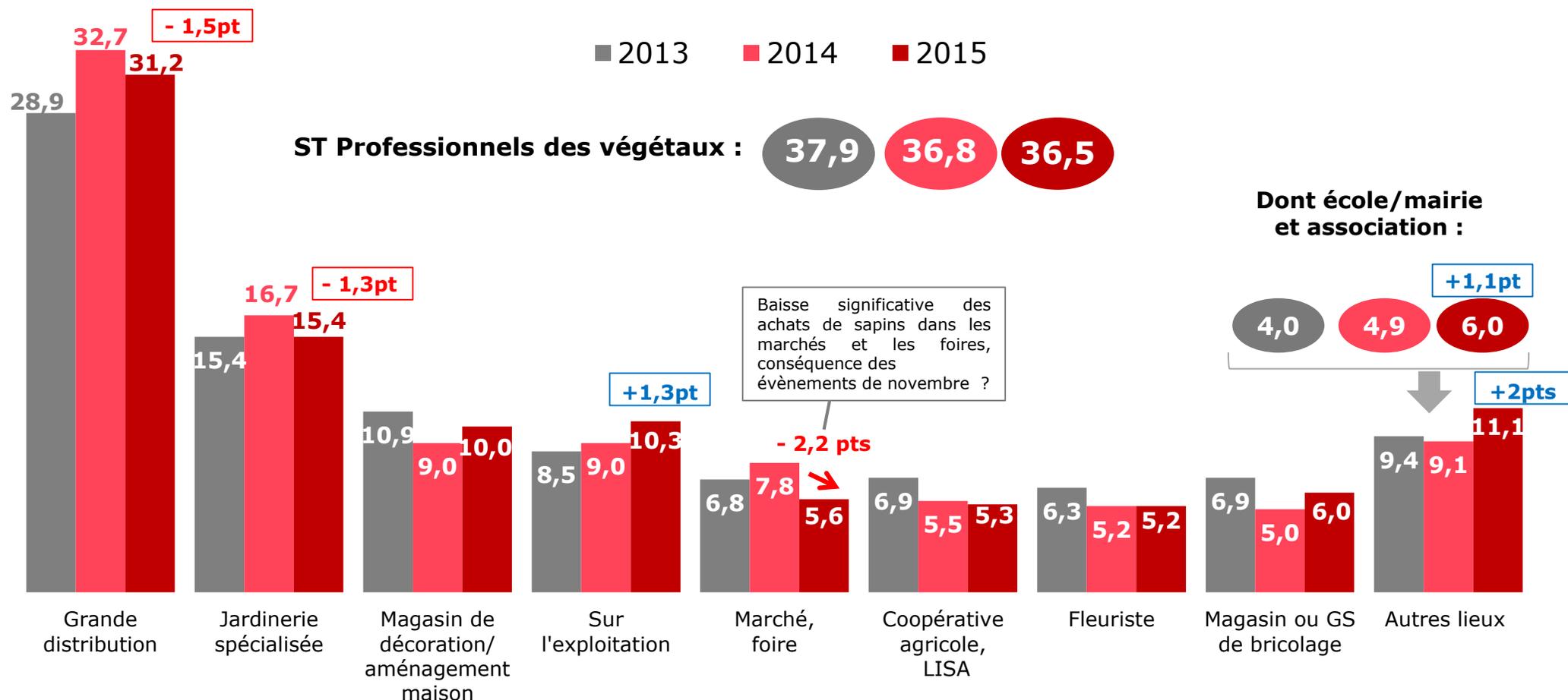
## Les généralistes

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

Les achats de sapins naturels réalisés chez les professionnels du végétal diminuent progressivement. Les exploitations gagnent des parts de marché ainsi que les lieux d'achat plus atypiques comme les écoles, les mairies ou les associations

## Lieux d'achat des sapins naturels

En % volume



Grande distribution : Hyper, super, grands magasins et jardinerie d'hypermarché

Base: Ensemble des sapins naturels (n=892)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Evolution tendancielle par rapport à 2014

Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

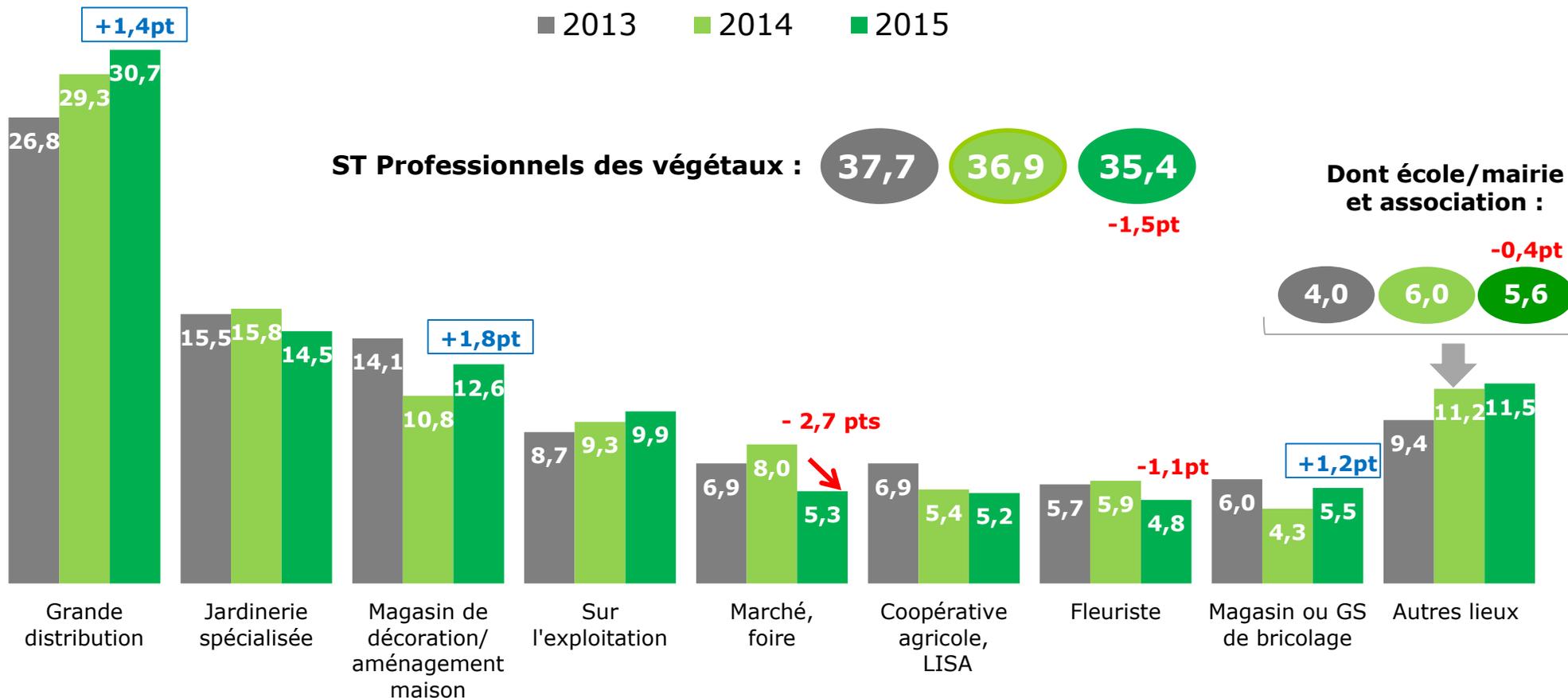
En 2015, un peu plus de 3 Nordmanns sur 10 sont achetés en grande distribution, une proportion en augmentation constante depuis 3 ans.



## Lieux d'achat des Nordmanns

En % volume

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



Base: Ensemble des Nordmanns (n=649)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Evolution tendancielle par rapport à 2014

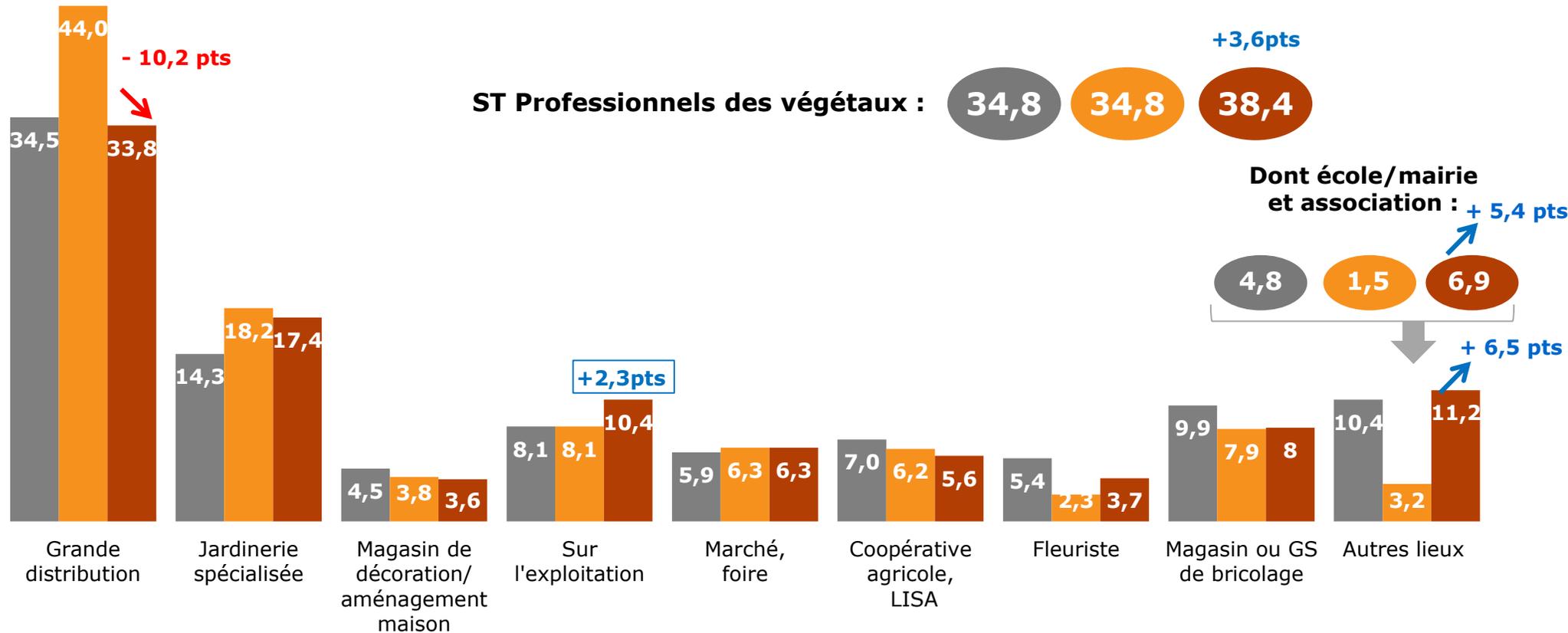
Hausse ou baisse significative par rapport à 2014 <sup>39</sup>

Après une forte hausse en 2014, la grande distribution revient à son niveau de 2013 pour la vente des Epicéas. A noter, la performance des professionnels des végétaux mais aussi des écoles, mairies et associations



## Lieux d'achat des Epicéas En % volume

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



(Base: Ensemble des Epicéas n=217)



TNS Sofres

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Evolution tendancielle par rapport à 2014



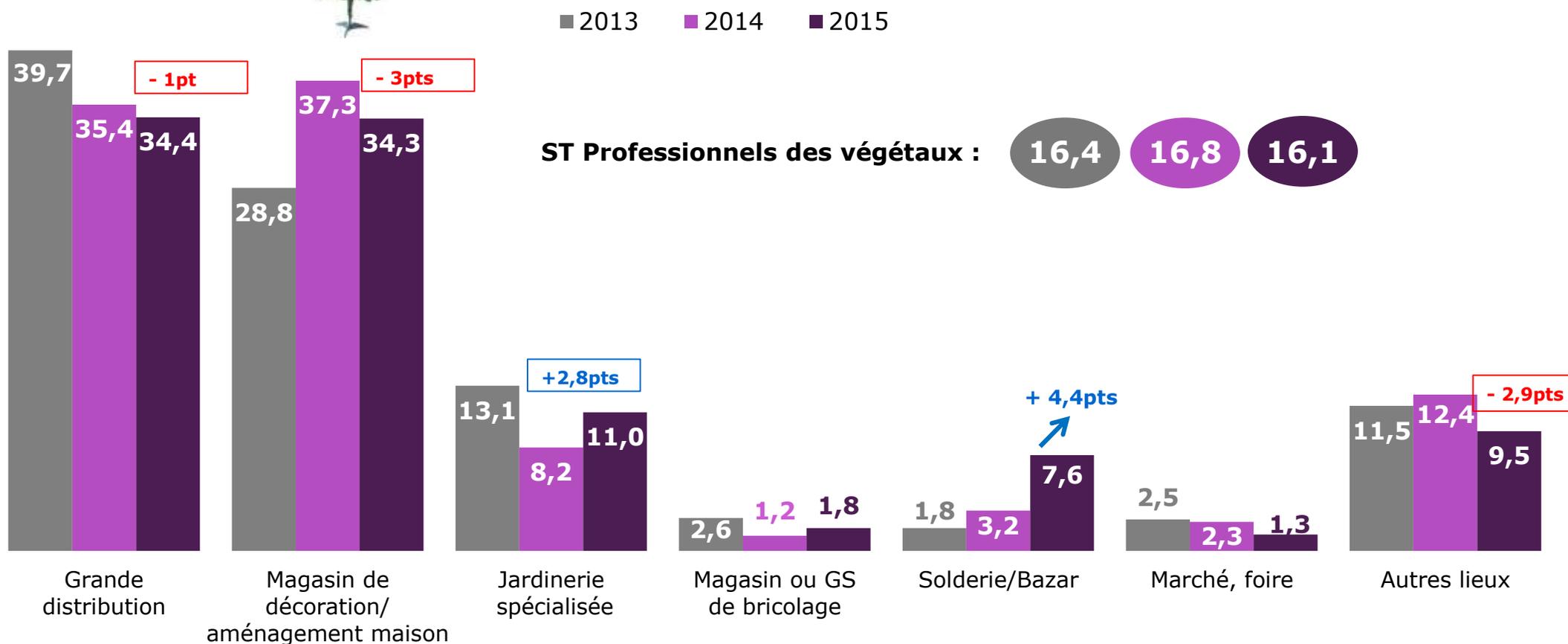
Hausse ou baisse significative par rapport à 2014

Après une forte hausse en 2014, l'achat de sapins artificiels en magasin de décoration et d'aménagement de la maison connaît une baisse tendancielle. A noter la hausse notable des achats en solderie ou bazar.



## Lieux d'achat des sapins artificiels

En % volume



Base: Ensemble des sapins artificiels (n=181)



**TNS Sofres**

Les achats de sapins de Noël en 2015

© TNS Décembre 2015

Evolution tendancielle par rapport à 2014

Hausse ou baisse significative par rapport à 2014 41

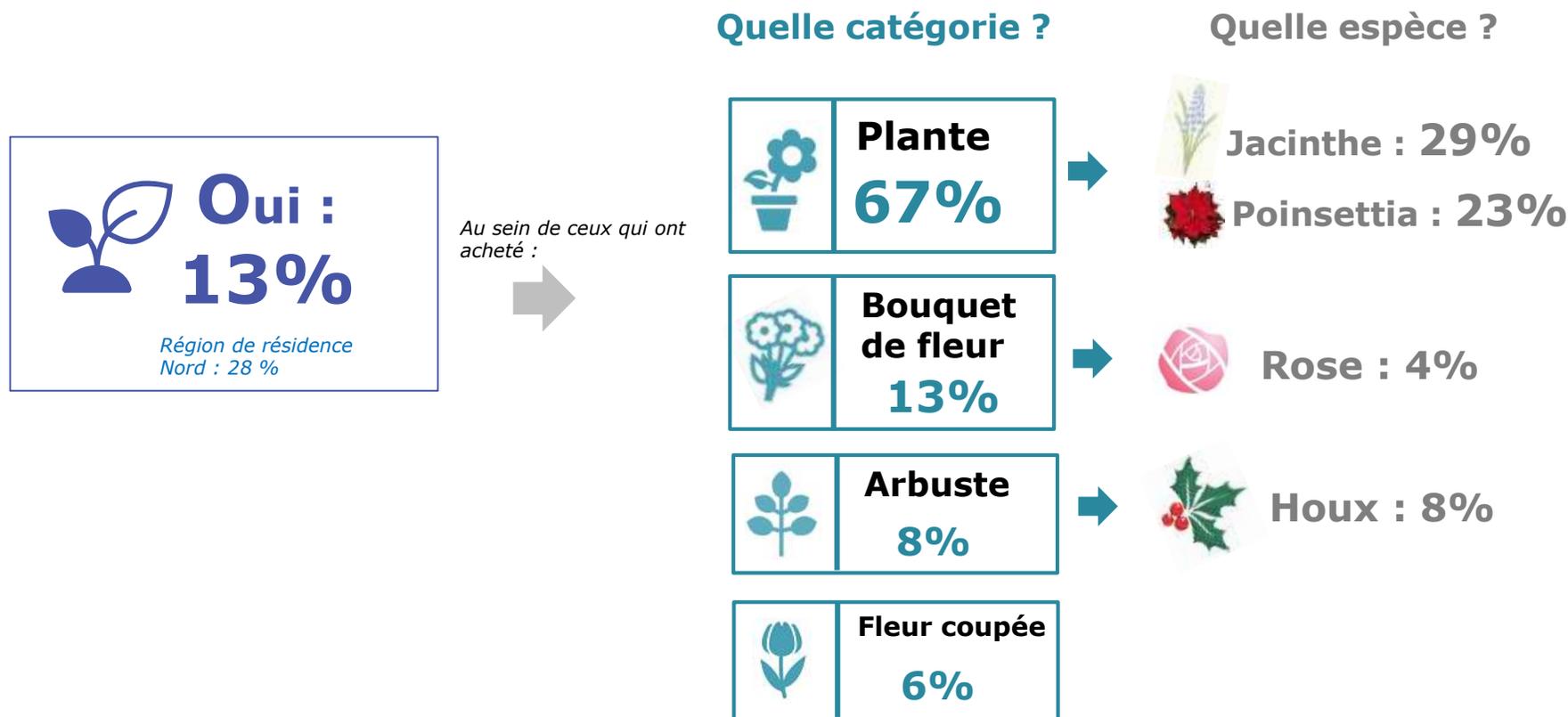


# 5

Seulement un acheteur de sapin sur 10 achète également des végétaux à l'occasion de Noël

Un peu plus d'un acheteur de sapin sur 10 achète également des végétaux à l'occasion de Noël. Parmi eux, 7 sur 10 ont acheté une plante, particulièrement la Jacinthe et le Poinsettia

Q3 En dehors de votre sapin de Noël, achetez-vous d'autres types de végétaux à l'occasion de Noël et des fêtes de fin d'année pour décorer votre foyer?



Bleu : Significativement supérieur à l'ensemble

Bases: Acheteurs de sapins de Noël (n= 1034)

# Ces végétaux sont principalement placés à l'intérieur de la maison pour décorer la table du réveillon

## Lieu où est placé le végétal



Bases: Acheteurs de végétaux 154

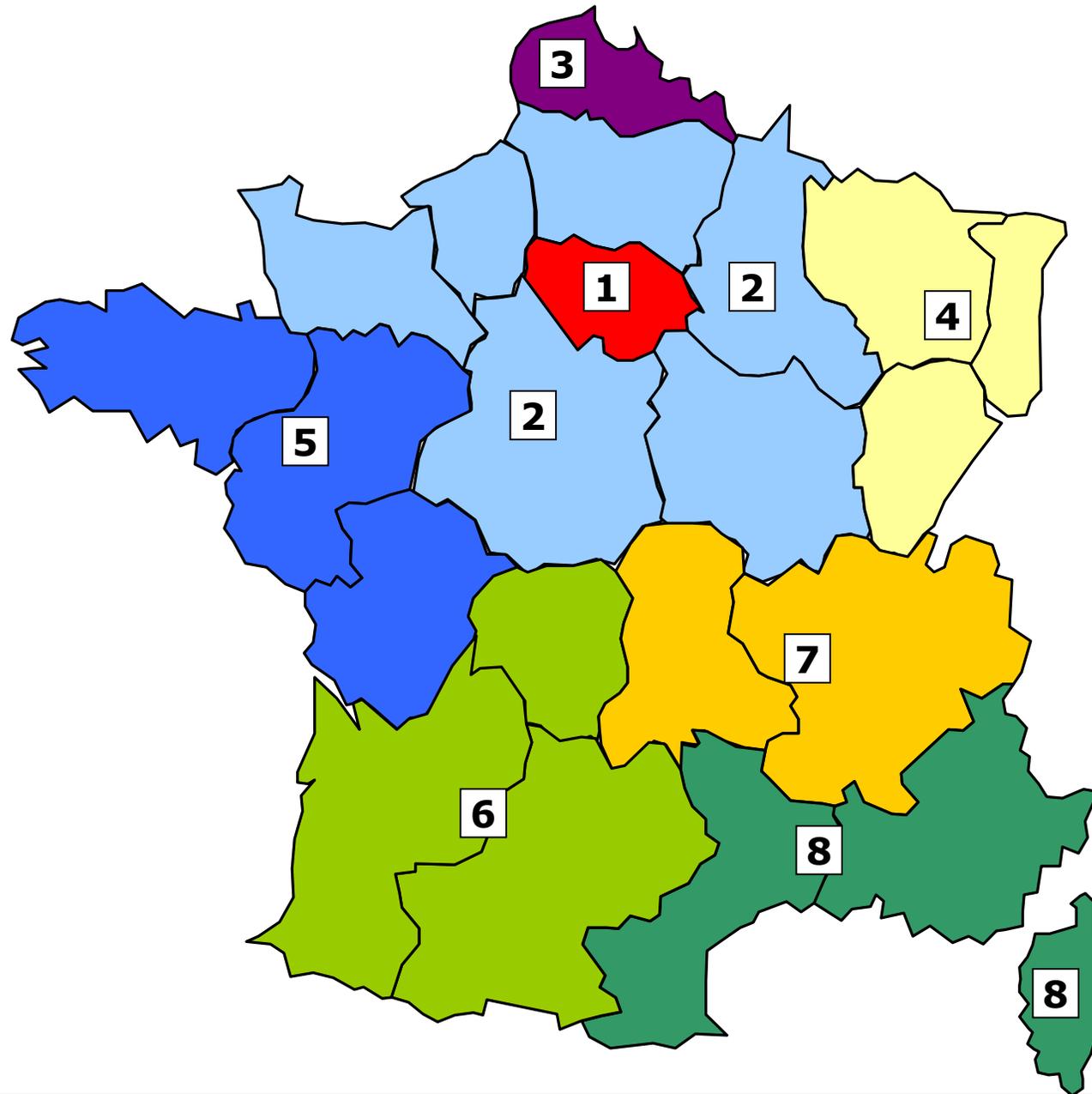


# 6

## Annexe



# Les régions UDA8



- 1- Région parisienne
- 2- Bassin parisien
- 3- Nord
- 4- Nord Est
- 5- Ouest
- 6- Sud-Ouest
- 7- Sud-Est
- 8- Méditerranée