

LE MARCHÉ DU JARDIN FAIT DE LA RÉSISTANCE



PromoJardin et Les Echos Etudes publient les résultats annuels du jardin amateur pour l'année 2016.

L'étude présente de manière détaillée les grandes tendances qui animent le marché du jardin ainsi que les chiffres d'affaires TTC de 180 catégories de produits. Les résultats sont issus du panel distributeurs PromoJardin pour les circuits des GSA, GSB, LISAS et jardineries et de données partenaires (GFK, Nielsen et IPEA). Spécialistes de la réalisation d'études indépendantes, Les Echos Etudes ont été en charge de la récolte, du traitement et de l'analyse des données.

Après deux années de croissance (+ 2,4 % en 2014 et + 1,6 % en 2015), le marché du jardin a marqué le pas en 2016. Son chiffre d'affaires est resté quasi stable (- 0,2 %), à 7,6 milliards d'euros. Si la météo catastrophique du printemps a plombé les ventes sur le premier semestre, le climat plus favorable à partir de juillet, et même caniculaire à la fin de l'été, a permis un très fort rebond de la plupart des segments au troisième trimestre.

Au final, 2016 aura incontestablement été une année à deux vitesses pour le marché du jardin amateur avec, d'un côté, de bonnes performances :

- des végétaux d'intérieur (+ 4,6 %) qui reviennent au cœur des tendances déco du moment et en tête de liste des achats cadeaux. Les plantes graphiques de petite taille, les cactus et succulentes sont les espèces pour lesquelles il y a le plus fort engouement.
- de la motoculture (+ 1,8 %). Le succès des tondeuses robots et des outils à batteries offre des relais de croissance intéressants en volume comme en valeur.
- Bonne année également pour l'univers de la décoration du jardin (+ 1,6 %) dont la consommation est portée par l'achat plaisir et la volonté d'aménager son extérieur comme lieu de vie convivial.
- Le segment de l'aménagement du jardin (clôtures et occultations, aménagement de la terrasse...) a enregistré une

nouvelle année en croissance (+ 0,9 %), stimulée par la reprise du marché de l'immobilier.

Le dynamisme de ces segments a permis de compenser les moins bonnes performances :

- des végétaux d'extérieur dont le repli a néanmoins été limité (- 0,7 %) grâce à la bonne tenue des ventes de pépinière.
- Les produits pour le jardin ont, eux aussi, connu une nouvelle année de baisse (- 1,8 %) dans un contexte fortement chahuté par l'interdiction prochaine de la vente des pesticides chimiques aux particuliers.
- Plombé par la météo pluvieuse du printemps qui a limité les besoins en arrosage, l'univers de l'équipement et de l'outillage à main a enregistré sa plus mauvaise performance de ces 5 dernières années (- 2,4 %).
- Même constat pour le segment des loisirs au jardin (- 2,2 %), qui a souffert de la chute des ventes de barbecues.

Du côté de la distribution, les enseignes de bricolage et les LISAS (libres services agricoles) ont tiré leur épingle du jeu bénéficiant notamment de l'augmentation de leurs surfaces de vente. Bien qu'il ne représente que 3 % des ventes, Internet a également confirmé sa percée. Ce circuit joue désormais un rôle moteur avec une progression de 8 % en 2016. L'année a été en revanche plus difficile pour les jardineries qui peinent à rebondir. Quant au secteur alimentaire, les années se suivent et se ressemblent avec un nouveau repli de leurs ventes dans l'univers du jardin en 2016.

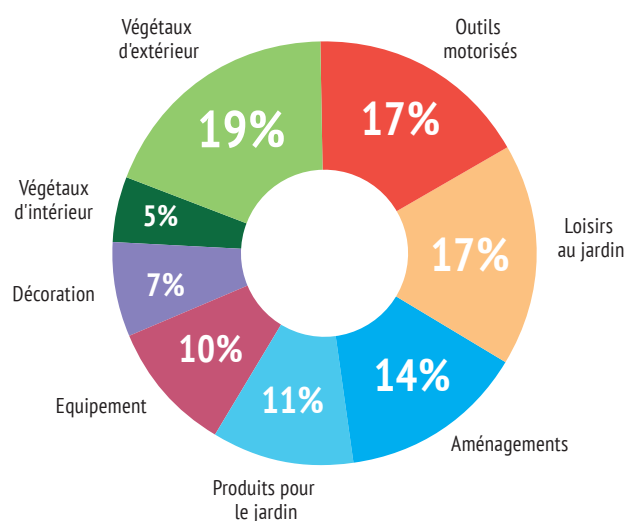
" De mémoire de jardinier, jamais un printemps aussi désastreux (froid et pluvieux) n'avait été enregistré !
Toutefois, terminer l'année à l'étal n'a rien de miraculeux.
C'est tout simplement l'expression de la solidité structurelle de notre activité "

Patrick Mioulane, Président de PromoJardin.

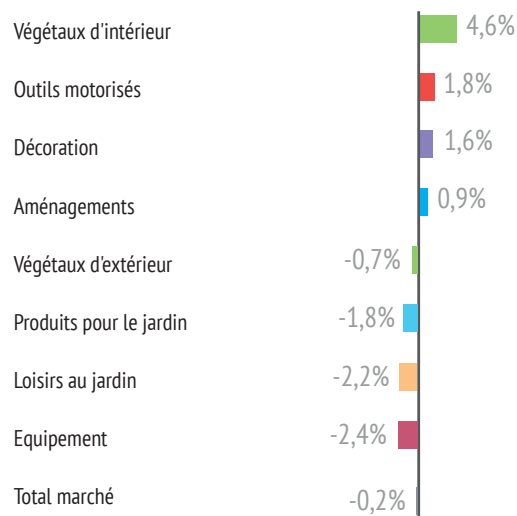
Communiqué de Presse : Juillet 2017

ÉVOLUTION PAR FAMILLE

Répartition du CA TTC par famille en 2016



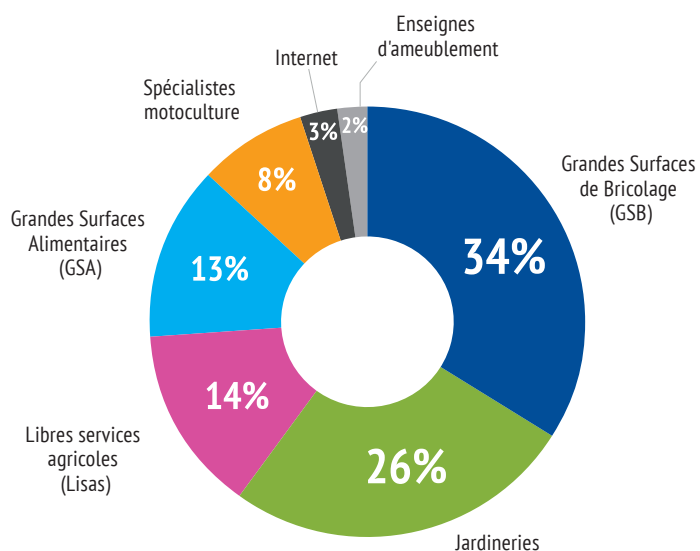
Évolutions annuelles du CA TTC par famille en 2016



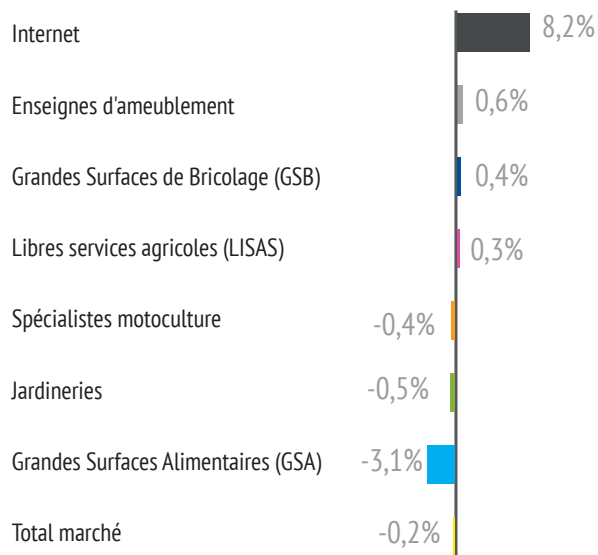
Source : Promojardin d'après Panel Promojardin et données partenaires (1). Traitement Les Echos Etudes.

ÉVOLUTION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Répartition du CA TTC par circuit en 2016



Évolutions annuelles du CA TTC par circuit en 2016



Source : Promojardin d'après Panel Promojardin et données partenaires (1). Traitement Les Echos Etudes.

(1) GFK pour les spécialistes de la motoculture et IPEA pour le mobilier de jardin dans les enseignes d'ameublement.

A PROPOS DE PROMOJARDIN

PromoJardin est une association qui rassemble de manière unique, du fait de leur pluridisciplinarité, les acteurs industriels, économiques et stratégiques des marchés du jardin et de l'animal de compagnie.

L'association fait en sorte que toutes ses composantes travaillent dans une philosophie positive commune.

A PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

Communiqué de Presse : Juillet 2017

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

L'étude Promojardin fournit :

- > Des statistiques détaillées de près de 180 catégories de produits dans les 8 univers qui constituent le marché du jardin
- > Une analyse détaillée des dynamiques de distribution
- > Un suivi des tendances structurelles et conjoncturelles qui animent le secteur.

Cette étude a été réalisée à partir du panel distributeurs exclusif de Promojardin, complété par 17 entretiens qualitatifs menés auprès de professionnels du secteur du jardin.

01 Méthodologie et périmètre de l'étude

Objectifs de l'étude

Périmètre de l'étude

Méthodologie et avertissements sur le traitement statistique des données

02 Synthèse de l'étude

03 Environnement du marché et évolution de ses facteurs d'influence

Bilan climatique de l'année 2016

Bilan économique de l'année 2016

Évolutions sociodémographiques

04 Analyse de la demande et des attentes sur le marché du jardin

Les français et leur jardin : pratiques et profils des jardiniers

Quatre tendances de fond qui modèlent ou vont modeler le marché dans les années à venir

05 L'évolution du marché du jardin amateur en 2016

Performance du marché au global

Structure du marché et dynamique par segment en 2016

Trend de croissance par famille et par produits depuis 2006

06 L'organisation de la distribution et les chiffres clés par circuits

Panorama de la distribution sur le marché du jardin amateur

Part de marché par circuit en 2016 et sur moyen terme

Bilan détaillé des principaux circuits de distribution

07 Analyse détaillée par familles et par segments

L'étude fournit pour chacun de ces segments les chiffres clés par catégories de produits

Les végétaux d'extérieur

- > Pépinière
- > Plantes vivaces
- > Plantes annuelles et bisannuelles
- > Plantes de Toussaint et cimetières
- > Bulbes, plants et semences

Les végétaux d'intérieur

- > Plantes fleuries
- > Plantes vertes
- > Compositions de plantes

Les produits pour le jardin

- > Supports de culture et amendements
- > Paillages naturels et artificiels
- > Engrais
- > Produits phytosanitaires
- > Antinuissibles
- > Produits pour plantes d'intérieur
- > Traitements naturels alternatifs

L'équipement et outillage à main

- > Grands et petits outils
- > Outils coupants
- > Arrosage
- > Protection du jardinier
- > Petit équipement du jardin et protection des cultures
- > Autres équipements et outillages

Les outils motorisés

- > Tondeuses
- > Autres outils (motoculteur et motobineuse, scarificateur, cisaille à gazon, coupe-bordure et débroussailluse, taille-haie...)

La décoration et les contenants

- > Contenants, cache-pots et accessoires
- > Petite décoration du jardin
- > Fleurs et plantes artificielles et naturelles séchées
- > Éclairage du jardin
- > Fontaines, puits et statues

L'aménagement du jardin

- > Clôtures et occultations
- > Aménagements de la terrasse
- > Pergolas, treillages décoratifs, bordures, ...
- > Abris de jardin et rangements
- > Serres
- > Bassins
- > Garages et carports

Les loisirs au jardin

- > Tables et sièges
- > Autre mobilier de jardin
- > Barbecue et marché induit
- > Piscine
- > Jeux de plein air

CONTACTS

PromoJardin : Isabelle Descamps, Déléguée générale - idescamps@promojardin.com - promojardin.com - tél : 01.45.43.25.25

Les Echos Etudes : Sabrina Tiphaneaux, Directrice d'études - stiphaneaux@lesechos.fr

Votre contact presse : Charlotte SAIMAN tél. 01 49 53 89 41 ou par mail : csaiman@lesechos.fr



Les EchosÉTUDES