



## Edito

D'après les résultats de l'édition 2014 de l'Observatoire Cetelem, les Français, contrairement à la plupart des européens, continuent d'attribuer une note très défavorable à la situation générale du pays, et ce, malgré une légère hausse perçue du Produit Intérieur Brut. Toutefois, les Français ne veulent plus se priver et sont désormais prêts à augmenter à nouveau leurs dépenses. Des dépenses qui s'orientent avant tout vers le secteur des voyages et celui des loisirs.

Parallèlement, les habitudes du consommateur ont profondément changé ces dernières années avec notamment la montée du e-commerce. Plutôt que concurrents, les deux canaux, Internet et magasins sont souhaités par le consommateur et deviennent interdépendants, ce qui implique des changements en termes de distribution pour rendre l'expérience en magasin et la présence du vendeur irremplaçables.

Appréciées pour les émotions qu'il apporte et choisi pour ses qualités sensorielles, le végétal peut sans aucun doute trouver sa place dans ces nouveaux comportements d'achat.

Maxime FRANCOIS, Président de la Commission Distribution Horticole

## Dossier du mois

**CONSOMMATEURS  
PLUS D'1/4 ENVISAGENT  
D'AUGMENTER  
LEURS DEPENSES**

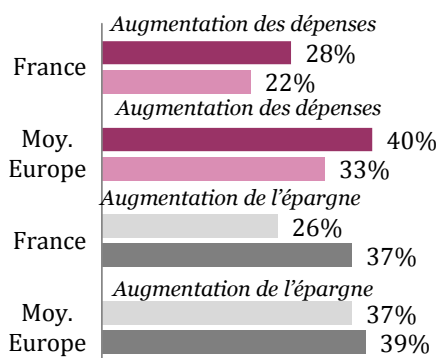
### Consommation : des envies de dépenses des Français en 2014, notamment dans les loisirs et voyages

Alors qu'en moyenne, les Européens attribuent à la situation actuelle générale de leur pays une meilleure note qu'en 2013 (4,0 en 2014 contre 3,7 en 2013 sur une échelle de 1 à 10), les Français voient la situation de la France se dégrader à nouveau (3,9 en 2014 contre 4,1 en 2013). La situation personnelle actuelle perçue par les Français diminue légèrement avec une note sur une échelle de 1 à 10 de 5,2 en 2014 contre 5,3 en 2013.

Pourtant, après 2 années de restrictions, les Français semblent avoir désormais envie de consommer. 28 % d'entre eux envisagent d'augmenter leurs dépenses dans les 12 mois à venir contre 22 % en 2013.

Pour 44 % des Français, les intentions d'achat s'orientent vers les produits de voyages, loisirs.

Intentions dans les 12 mois à venir



Source : Observatoire Cetelem

Envisagez-vous d'acheter les produits/services suivants au cours des 12 prochains mois ?

	2013	2014
Voyages, loisirs	48%	44%
Produits électroménagers	29%	29%
Travaux d'aménagement et de rénovation	36%	32%
Meubles	29%	24%
Smartphone	18%	19%
Équipement pour bricoler, jardiner	22%	20%
Équipement, TV, Hi-Fi, vidéo	18%	15%
Tablette	15%	15%

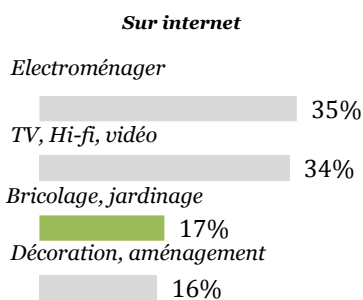
Source : Observatoire Cetelem

**CANAUX DE DISTRIBUTION**  
LE MAGASIN CONSERVE UNE PLACE PRIMORDIALE DANS LES HABITUDES ACTUELLES ET A VENIR

**INTERNET**  
FAVORISER LA CONQUETE DU CLIENT EN MAGASIN DÈS SES PREMIERES RECHERCHES EN LIGNE

Si le bricolage/jardinage est l'un des secteurs les plus concernés par l'achat en ligne, seuls 17 % des Français ont effectué leur dernier achat par Internet.

**Où avez-vous effectué votre dernier achat ?**



Source : Observatoire Cetelem

Le magasin semble avoir encore de beaux jours devant lui puisque, pour tout type d'achat confondu, 59 % des Français indiquent qu'à l'avenir, ils ne changeront rien à leurs habitudes et continueront à acheter principalement ou exclusivement en maga-

sin. D'après l'Observatoire Cetelem, s'il n'y a pas lieu de craindre que les magasins ne se transforment en simples entrepôts ou showrooms de présentation des produits comme certains le prédisaient, il est primordial de ne pas minimiser l'achat en ligne dans la mesure où certains viennent se renseigner en magasin avant d'acheter en ligne. Un comportement qui concerne actuellement 1 Français sur 10 pour le secteur du bricolage, jardinage.

**Internet notamment par les technologies mobiles doit accompagner le consommateur de chez lui au magasin.** 69 % des Français considèrent que la qualité d'un site Internet ou de l'application mobile d'une marque ou d'un distributeur peut l'inciter à se rendre dans les magasins de la marque/du distributeur. 48 % des Français pensent que recevoir en temps réel dans les rayons du magasin des offres promotionnelles sur leur smartphone les inciterait à fréquenter davantage les magasins, points de vente « physiques ».

**MAGASIN**  
DES ATTENTES EN MATIERE D'EXPERTISE ET DE CONSEIL

Concernant les attentes à l'égard du vendeur, les consommateurs français attendent qu'il retrouve son rôle premier, à savoir, fournir un accompagnement personnalisé. Ainsi, ils sont 63 % à penser qu'être accompagné par un vendeur qui les conduit aux produits recherchés, quand ils n'arrivent pas à les trouver peut les inciter à fréquenter davantage les magasins, points de vente « physiques ».

Les attentes en matière d'expertise et de conseil sont particulièrement importantes dans le cas de notre filière quand on sait que 48 % des Français se considèrent comme étant amateurs avec un niveau moyen de connaissance en matière de végétaux d'ornement, même si intéressés et 30 % se considèrent novices avec un très faible niveau de connaissance <sup>1</sup>.

Au-delà des conseils et de l'expertise, les ateliers de jardinage ou autres formes d'interactivité peuvent avoir une valeur incitative non négligeable pour se rendre en magasin puisque 4 Français sur 10 estiment que proposer des activités de loisirs complémentaires à l'activité du magasin pourrait les inciter à fréquenter davantage les magasins, points de vente « physiques ». A noter que le détail des résultats par tranche d'âges montre que ce sont surtout les 18-34 ans et les 50 ans et plus qui seraient intéressés par ce type d'initiative.

<sup>1</sup> Etude CSA pour Val'hor et FranceAgriMer, Perception et comportement du consommateur en matière de végétal (2011)

RENDRE L'EXPERIENCE EN MAGASIN UNIQUE PAR DES ACTIVITES DE LOISIRS

**Parmi les qualités suivantes, en quoi les vendeurs sont-ils irremplaçables selon vous ?**

Leur expertise du sujet	46%
La qualité de conseil	67%
Leur force de proposition	28%
Leur indépendance d'esprit	27%
Leur souplesse dans les conditions de paiement	27%
Le fait qu'ils récompensent votre fidélité	23%
Le fait qu'ils vous reconnaissent, lorsque vous arrivez dans le magasin	18%

Source : Observatoire Cetelem

# Nouvelle publication

**JARDINERIES & GRAINETERIES**  
1 750 points de vente et 21 000 salariés

## Chiffres clés jardineries & graineteries

Le secteur des jardineries et graineteries compte en 2012, 1 750 points de vente avec 1 240 établissements de jardinerie et 510 établissements de graineterie.

21 000 personnes travaillent dans le secteur des jardineries-graineteries, dont 89,5 % sont en CDI.

Les végétaux d'ornement représentent

près de la moitié du chiffre d'affaires des points de vente du secteur.

Accéder à la synthèse

