

Paris, le 15 janvier 2012

## Note

### **Etude CSA pour FranceAgriMer et Val'hor: Perception et comportement de consommation des particuliers en matière de végétal**

**Val'hor, organisation interprofessionnelle pour la valorisation des produits et des métiers de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage**, avec le soutien de FranceAgriMer, a fait réaliser une étude sur la perception et le comportement de consommation des particuliers en matière de végétal afin de renforcer l'efficacité de sa nouvelle stratégie de communication. Ainsi, pour mettre les enseignements de cette étude au service de la stratégie de communication, il s'agissait de mieux comprendre l'attitude à l'égard du végétal, les freins et les leviers à l'achat mais aussi les typologies de consommation pour déterminer les cibles à privilégier.

***Quel que soit les caractéristiques sociodémographiques, le végétal bénéficie d'une image positive auprès de l'ensemble des Français. Pourtant, cet attrait pour le vert ne se traduit pas forcément par des achats de végétaux. Quelle est la place du végétal dans le cadre de vie des Français ? Quels sont les leviers et les freins à l'achat ?***

#### **En résumé...**

Les végétaux restent un élément fédérateur pour les Français. Moins de 10% ne leur reconnaissent que peu de bénéfices sur leur vie quotidienne, mais cette importance dans la vie quotidienne est graduelle entre ceux pour lesquels leur présence est vitale (33 %) et ceux pour lesquels elle est juste agréable (39 %).

Le végétal a un impact positif sur leur cadre de vie et l'habitat des Français et ce, à travers 3 aspects : l'attractivité (les arbres, plantes, fleurs embellissent la maison), le calme/le bien-être (les arbres, plantes, fleurs rendent le quotidien plus agréable) et la convivialité (le jardin est un lieu pour recevoir des amis, des proches).

L'espace intérieur reste pourtant assez peu végétalisé et les achats pour offrir, très occasionnels.

Etude quantitative menée par CSA auprès de 1 002 répondants selon un échantillon national représentatif de la population française des 18 ans et plus. Enquête réalisée en face-à-face au domicile des interviewés du 5 au 11 janvier 2011.

**Mention obligatoire : Etude perception et comportement de consommation en matière de végétal par CSA pour FranceAgriMer et Val'hor (2011).**

## **Le végétal, source d'amélioration du cadre de vie**

Parmi l'ensemble des personnes interrogées, 33 % considèrent que **la présence d'arbres, de plantes et de fleurs est vitale dans leur quotidien**. 20 % estiment que les arbres, plantes et fleurs influent sur leur humeur. Pour 39 % des personnes interrogées, les arbres, plantes et fleurs sont agréables, mais n'y consacraient ni tout leur temps ni tout leur argent. Enfin, 8 % estiment que les arbres, plantes et fleurs ne rendent pas leur quotidien plus agréable, mais ne les dérangent pas.

Concernant les bienfaits du végétal, 94 % des Français sont d'accord avec l'idée que **les végétaux embellissent leur lieu de vie pour le rendre plus attractif**. 94 % estiment qu'ils rendent leur quotidien plus agréable et 90 % pensent qu'ils le rapprochent de la nature et 87 % pensent qu'ils leur permettent de vivre dans un cadre privilégié.

Dans l'esprit des Français, les végétaux symbolisent avant tout **l'harmonie, la convivialité, la douceur et le bonheur**. Lorsqu'il ne sert pas à s'occuper des végétaux, **le jardin est là pour le plaisir, pour flâner**. C'est aussi un **lieu de repos**. Ces deux fonctions sont à relier aux notions d'harmonie, de douceur et de bonheur, tandis que la troisième fonction du jardin, « recevoir des amis, des proches » renvoie à la convivialité.

## **Un potentiel de consommation aussi bien dans les achats de végétaux pour soi que pour offrir**

**Malgré l'image positive du végétal et les bienfaits sur le cadre de vie largement reconnus, la présence de fleurs et plantes dans la maison reste relativement faible**. 47 % des Français estiment que leur intérieur est peu végétalisé contre 36 % qui pensent que leur intérieur est assez voire très végétalisé et 17 % dont l'intérieur n'est pas du tout végétalisé.

**Concernant les achats cadeaux, seuls 11 % des Français offrent régulièrement des fleurs ou plantes et 23 % occasionnellement**. Pour 56 % des Français il est arrivé 1 ou 2 fois d'offrir des fleurs, 3 % n'en offrent plus et 7 % n'en offrent jamais. De nombreux produits représentent des cadeaux de substitution à l'achat de fleurs ou plantes. **69 % des Français déclarent avoir déjà acheté d'autres produits comme cadeau alors qu'ils auraient pu acheter des fleurs ou des plantes. Les produits de substitution les plus cités sont les chocolats/confiseries, vins/alcools, pâtisseries/desserts et objets de décoration**.

## **Typologie des consommateurs de végétaux d'ornement**

### **Les réfractaires, non acheteurs de végétaux**

Avec un profil plutôt masculin, jeune et célibataire, les réfractaires considèrent que les arbres, plantes et fleurs ne rendent pas leur quotidien plus agréable mais ne leur dérangent pas. Ils ne souhaitent pas leur donner davantage de place dans l'année à venir.

### **Les profanes, acheteurs très occasionnels de végétaux d'intérieur**

Vivant généralement en appartement sans espace extérieur, les profanes ont un profil plutôt masculin, jeune, célibataire et CSP-. Pour eux, les arbres, plantes et fleurs sont agréables, mais n'y consacraient ni tout leur temps ni tout leur argent.

### **Les amateurs, acheteurs de végétaux d'intérieur, notamment de plantes vertes**

Catégorie jeune avec un niveau de connaissance « moyen », les amateurs vivent plutôt en appartement avec un balcon. Pour eux, les végétaux rendent leur quotidien plus agréable mais n'y consacraient ni tout leur temps ni tout leur argent.

### **Les sympathisants, catégorie qui considère le jardin comme étant un lieu de convivialité mais dont l'entretien est contraignant**

Il s'agit plutôt de familles avec enfants vivant dans une maison avec jardin. Le jardin est un lieu de convivialité et un espace pour les enfants mais s'occuper des végétaux est ni un temps rien que pour soi, ni une passion, ni une activité qu'ils aiment partager avec d'autres.

### **Les initiés, acheteurs réguliers de végétaux et passionnés par le jardinage**

Catégorie plutôt âgée, les initiés vivent généralement dans une maison avec jardin et ont un bon niveau de connaissance sur les végétaux. La présence d'arbres, de plantes et fleurs est vitale dans leur quotidien et ils souhaitent donner davantage de place aux végétaux dans l'année à venir.

### **Les experts, acheteurs réguliers qui passent beaucoup de temps à jardiner**

Inactive, plutôt féminine et sans enfant au foyer, cette catégorie a un niveau de connaissance expert. Pour les experts, la présence d'arbres, de plantes et de fleurs est vitale dans leur quotidien et ils souhaitent leur donner davantage de place dans l'année à venir.

## Val'hor

### **Organisation interprofessionnelle pour la valorisation des produits et des métiers de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage.**

Depuis 1998, Val'hor est reconnue par les Pouvoirs Publics comme l'interprofession nationale pour la filière horticole.

Val'hor réunit 60 000 entreprises, représentant un chiffre d'affaires de 11 milliards d'euros et 150 000 emplois.

Elle rassemble les organisations professionnelles des secteurs :

- De la production.
- De la distribution et du commerce horticole, qui regroupent le commerce de gros et le commerce de détail, depuis les fleuristes jusqu'aux jardineries.
- Du paysage et du jardin.

### **Val'hor**

44 rue d'Alésia  
75682 Paris Cedex 14

[www.valhor.com](http://www.valhor.com)

*Contact presse :*