



LE MARCHE FRANCAIS DU JARDIN Les chiffres 2007

L'UNIVERS DU JARDINAGE

- 89% des foyers disposent d'un espace de jardinage lié à leur habitat principal :
 - ▶ 61% ont un jardin
 - ▶ 43% ont une terrasse, 30% un balcon, 49% un rebord de fenêtre fleurissable
- 77% des jardins ont une pelouse et 38% un coin potager

LA REPARTITION

Le jardin, ce sont 4 familles de produits :

- Végétaux d'extérieur (ornement, potager), d'intérieur (plantes d'intérieur)
- Produits de jardin (amendements, supports, engrais, phyto)
- Manufacturé : outils (motoculture, outillage portatif à moteur, outils à main) et équipement (arrosage, pulvérisation, protection du jardin et du jardinier)
- Aménagement, décoration, loisirs (contenant, mobilier barbecue, clôture, aménagement, décoration, loisirs jardin, *hors marché piscine*)

LES GRANDS CHIFFRES

- 6,105 milliards d'euro en chiffre d'affaires TTC
- Evolution 2007 de +3,35% en euro courants; +8% en euro courants en cumul sur 5 ans (+22% sur 10 ans).
- L'évolution du marché est le reflet d'une situation météorologique chaotique au cœur de la saison du jardin. Des scores variables selon les catégories de produits tels les motorisés, se répercutent dans les performances des circuits de distribution. Arbitrages plus fréquents des consommateurs dans leurs achats face à d'autres dépenses.

LES SEGMENTS DU MARCHÉ

LES SEGMENTS (chiffres arrondis à l'unité)	valeur CA (Millions Euro)	%	évolution annuelle	
			07/06	/ 5 ans
Végétaux d'extérieur	1 100	18	1,6	-0,1
Végétaux d'intérieur «jardin»	515	8	1,4	-4,3
Containants	275	4	0,2	-9,0
Motoculture de plaisance	835	14	14,0	12,0
Outils portatifs à moteur	373	6	8,2	10,3
Outils de jardin à main	176	3	-2,0	4,5
Produits de jardin	743	12	6,3	4,2
Equipement consommable	643	11	-1,4	24,3
Mobilier de jardin et barbecue	619	10	-0,8	24,0
Clôtures et occultation bois plastique	389	6	3,2	10,6
Aménagement hors clôtures, loisirs jardin	437	7	1,2	22,4
TOTAL MARCHÉ JARDIN AMATEUR	6 105	100%	+ 3,4%	+ 8,4%

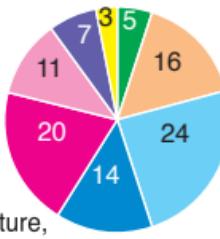


LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

La distribution peut se diviser en 2 grandes catégories :

- les circuits spécialisés, avec plus de la moitié (57%) du marché.
- les circuits généralistes ou multispécialistes (Grande Distribution, GSB, VPC), avec 43% du marché.

LES CIRCUITS (chiffres arrondis à l'unité)	valeur CA TTC (Millions Euro)	%	évolution annuelle	
			07/06	/ 5 ans
Vente directe, marchés, négoc. matériaux	308	5	-0,3	-6,6
Hyper, super, supérettes et grands magasins	996	16	0,9	1,3
Grandes Surfaces de Bricolage (GSB)	1 431	24	2,6	24,1
LISA et autres multispécialistes	837	14	2,7	15,9
Jardineries	1 209	20	4,1	14,8
Spécialistes motoculture,	700	11	13,8	2,0
Magasins grainiers et fleuristes	448	7	-1,2	-12,3
Vente par Correspondance	176	3	2,1	-8,8
VALEUR TOTALE	6 105	100%	+ 3,4%	+ 8,4%



LE MARCHE DANS SON ENVIRONNEMENT

LES MARCHÉS (chiffres arrondis à l'unité)	valeur CA TTC (Millions Euro)		
		07/06	/ 5 ans
Marché jardin amateur	6 105		
Marché jardin amateur et marchés associés (jardin + fleurs coupées compositions + fleurissement deuil et cimetière + fleurs et plantes artificielles)	7 700		
Marché consommation en équipement micro-informatique	5 800		
Marché consommation équipement TV HI-FI PHOTO	10 900		
Marché du sport (vêtements et articles de sport, divers...)	9 100		

Marché	Valeur CA (M€)
Marché jardin amateur	6 105
Marché jardin amateur et marchés associés	7 700
Marché consommation en équipement micro-informatique	5 800
Marché consommation équipement TV HI-FI PHOTO	10 900
Marché du sport	9 100

L'ETUDE PROMOJARDIN

Méthode Expert à partir d'enquêtes et du regroupement d'un ensemble de sources représentatives. Les données incluses dans cette fiche sont un extrait de la synthèse de l'étude annuelle PROMOJARDIN.

Toute diffusion de ces données doit mentionner : "source PROMOJARDIN".

PROMOJARDIN 11 Villa Brune 75014 Paris Tél. : 01.45.43.25.25
www.promojardin.com