

LE MARCHE DU SAPIN DE NOËL

En décembre 2005, **22%** des français ont acheté au moins un sapin de Noël dont **18.5% un sapin naturel (-0.9 point) et 4% (-0.2%) un sapin artificiel** pour une dépense totale de **108.2** millions d'euros dont **89.9** millions d'euros **pour les sapins naturels** et **18.3** millions d'euros **pour les sapins artificiels**.

Comme les autres années, les français achètent en moyenne un seul sapin.

Le Nordmann continue à être l'espèce de sapin la plus vendue en France, et le poids de ses ventes continue de croître depuis 2002. Cette évolution se fait au détriment de l'Epicéa, qui depuis cette date, n'est plus l'espèce privilégiée.

En 2005, les sapins artificiels représentent 17.1% des achats totaux de sapins, soit une part équivalente à celle de 2004.

Le prix moyen unitaire des sapins naturels augmente de 4.5% à 19.13€. Cette hausse peut s'expliquer par l'accroissement des achats de Nordmanns.

Les hyper/super et jardinerie d'hyper restent leader de la distribution mais en 2005, leur part baisse de 2.4 points au profit des achats chez les producteurs et en GSB (grandes surfaces de bricolage).

En 2005, les français ont globalement acheté leur sapin de Noël un peu plus tardivement ou alors vraiment plus tôt.

	2002	2003	2004	2005
Taux de foyers acheteurs de sapins (%)	25.3	23.3	23.5	22.0
→ dont naturels	21.4	19.6	19.4	18.5
→ dont artificiels	4.1	3.8	4.2	4.0
Extrapolations				
Nombre de foyers ayant acheté un sapin	6.0 millions	5.7 millions	5.8 millions	5.5 million
→ Dont sapins naturel	5.3 millions	4.8 millions	4.8 millions	4.5 millions
→ Dont sapins artificiels	1.0 million	0.9 million	1.0 million	1.0million
Nombre estimé de sapins achetés	6.3 millions	6.0 millions	5.9 millions	5.8 millions
→ Dont sapins naturels	5.3 millions	5.0 millions	4.9 millions	4.8 millions
→Dont sapins artificiels	1.0 million	1.0 million	1.0 million	0.9 million
<i>Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS - Sofrès</i>				

Le prix moyen unitaire du sapin naturel s'élève à 19.13€ soit, +4.5% . Cette hausse est due à l'accroissement des achats de nordmanns.

	2002	2003	2004	2005
Chiffre d'affaires estimé total (millions €)	107.6	107.3	110.4	108.2
→ dont sapins naturels	86.7	86	89.6	89.9
→ dont sapins artificiels	20.9	21.3	20.8	18.3
Prix moyen unitaire	17.1€	17.9€	18.7€	19.32€
→ d'un sapin naturel	16.4€	17.2€	18.3€	19.13€
→ d'un sapin artificiel	20.9€	21.3€	20.9€	20.3€
Source: panel consommateurs Oniflor/ TNS-Sofrès				

LE MARCHE DES SAPINS NATURELS

En décembre 2005, 4.7 millions de sapins naturels ont été achetés par les foyers français à un prix moyen de **19.13€ (+0.83€/2004)**, soit une dépense totale de **89.9 millions d'euros**.

Si le marché des sapins naturels augmente en valeur par rapport à décembre 2004 (+0.3 million € de dépenses), il connaît une diminution des quantités achetées en volume (-0.1 million d'unités).

Le Nordmann arrive en tête des achats de sapins naturels et représente **58.4%** des volumes (+3.5 points) et **69.6%** des dépenses (+2.9 points), devant **l'Epicéa: 39.5%** des volumes (-2.9 points) **et 27.7%** des dépenses (-2.6 points).

Rappelons que les consommateurs apprécient l' Epicéa pour sa bonne odeur qui leur rappelle leur enfance et pour sa forme harmonieuse et équilibrée .

Avec un prix plus élevé que celui de l'Epicéa et la mise en avant de ses caractéristiques (non perte des aiguilles, bonne résistance), le Nordmann est assimilé à une offre de qualité et bénéficie d'une bonne publicité.

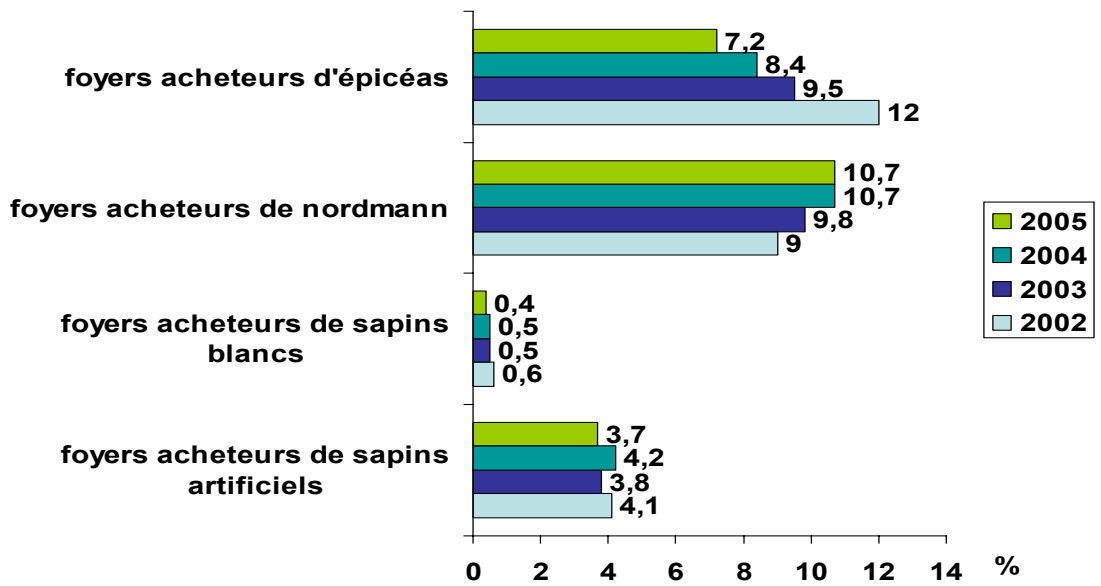
Les achats de sapins blancs sont en léger recul (-0.6 point) en volume à 2.1% et de 0.3 point en valeur à 2.7%.

La plupart des sapins naturels sont achetés coupés (**68.8 %**) dont 70.9% pour les Epicéa et 69.2% pour les Nordmann.

La présentation en motte et en pot est plus prisée des acheteurs d'épicéa tandis que les acheteurs de nordmanns privilégient celle avec un support type trépied.

Quelle que soit l'espèce de sapin considérée, les sapins naturels mesurant entre 1m et 1.5m restent les plus appréciés et sont en progression de 2 points cette année.

TAUX DE FOYERS ACHETEURS PAR TYPE DE SAPIN



Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

La proportion de foyers acheteurs de nordmanns est stable par rapport à 2004. Celle des acheteurs d'épicéas continue à baisser. Le taux des acheteurs de sapins blancs reste stable et celui des acheteurs de sapins artificiels tourne autour de 3.7% à 4.2%.

Le profil des acheteurs de sapins naturels en 2005 ressemble beaucoup à celui des autres années.

Par rapport à la population française, les acheteurs de sapins naturels comptent davantage de :

- cadres, professions libérales et professions intermédiaires,
- chefs de famille âgés de 50 à 64 ans (un chef de famille un peu plus âgé cette année).
- maîtresses de maisons âgées de 35 à 49 ans,
- foyers composés de 3 personnes ou plus,
- personnes originaires de la région parisienne et de l'Est.

Ceux qui ont une plus forte propension à acheter des Nordmanns sont les habitants des régions Parisienne et Est, de l'agglomération parisienne, les cadres supérieurs/professions libérales et professions intermédiaires, les maîtresses de maison âgées de 25-34 ans et les foyers de 3 et 4 personnes.

Ceux qui ont une plus forte propension à acheter des Epicéas sont : les habitants des régions Ouest et Bassin Parisien, des zones rurales, les agriculteurs, professions intermédiaires/ contremaîtres et ouvriers, les maîtresses de maison âgées de 35 à 49 ans et de plus de 50 ans, les foyers composés de plus de 4 personnes.

Sont moins acheteurs, les ménages habitant les villes de 20 00 à 20 000 habitants, les résidents dans le Nord et le Sud-Ouest, et ceux dont le chef de famille appartient à la catégorie «ouvriers».

LES SAPINS ARTIFICIELS

(les résultats présentés pour les sapins artificiels sont à interpréter avec prudence, étant établis sur de faibles effectifs).

En 2005, 0.9 million de sapins artificiels ont été achetés à un prix moyen unitaire de 20.3€ pour une dépense totale de **18.3 millions d'euros**.

Le volume de sapins artificiels acheté en décembre 2005 est légèrement en retrait par rapport à décembre 2004. En revanche, la légère baisse du prix unitaire moyen (de 20.9€ en 2004 à 20.3€ en 2005) entraîne une baisse significative du chiffre d'affaires (-2.5 millions d'euros).

Le profil des acheteurs de sapins artificiels est globalement comparable à celui des années précédentes.

Par rapport à la population française, les acheteurs de sapins artificiels comptent davantage de :

- artisans, commerçants, chefs d'entreprises et ouvriers,
- chefs de famille et maîtresses de maison âgées de 20 à 34 ans,
- foyers composés de 3 personnes avec 1 enfant,
- personnes issues d'agglomérations de 2000 à 20 000 habitants,
- personnes originaires de l'Ouest ou du Sud –Ouest.

Comme en 2004, les hyper/super et jardinerie d'hyper totalisent plus de la moitié des achats (57%). Cette année on constate une diminution des achats en jardinerie (-2.6 points) et en GSB (-3.7 points) et une progression dans les autres lieux dont solderies (+2 points).

La plus grosse part des sapins artificiels achetés reste entre 1m et 1.5m. Toutefois en 2005, on constate une progression des achats de sapins artificiels entre 0.50m et 1m.

LIEUX D' ACHAT DES SAPINS NATURELS

Les hypermarchés, supermarchés, grands magasins restent les lieux d'achat privilégiés des sapins naturels (34.9%). Toutefois leur part diminue de 2.4 points par rapport à 2004 et de 4.3 points par rapport à 2003 au profit des fleuristes de marché ou marchands ambulants, des GSB et des autres lieux d'achat (en particulier IKEA qui gagne 1.4 point / 2004).

La part des jardinerie traditionnelles (15%) progresse régulièrement.

LIEUX D' ACHAT des sapins naturels (% des volumes)

	2001	2002	2003	2004	2005
Fleuristes en boutiques	8.5	8.3	9	9.2	9.1
Grainetiers	3.8	3.8	3.5	1.7	1.8
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	13.9	12.3	10	10.4	11
Hyper/super/gds magasins Jardinerie d'hyper	39.1	37	39.2	37.3	34.9
Jardinerie	10.5	13.4	13.5	16.3	15
Horticulteurs/ pépiniéristes	9.2	8	8.8	7.8	8.1
GSB	4.7	6.3	6.5	5.8	6.6
Autres lieux	10.3	10.9	9.5	11.7	13.8

Source: panel consommateurs Oniflor/ TNS- Sofrès

Lieux d'achat des épicéas

Ont baissé, les achats en hyper/super/jardinerie d'hyper (-1.3 point), en jardinerie (-1.9 point), et dans les autres lieux d'achat (-1.8 point) au profit des horticulteurs (+1.9 point) et des GSB (+2.7 points).

La part des épicéas achetés chez les fleuristes en boutique et de marché tendent à se stabiliser.

Lieux d'achat des nordmanns

Les achats de nordmanns ont baissé en hyper/super/jardinerie d'hyper (-2 points), en jardinerie (-1.9 point) et chez les fleuristes (-1.3 point) au profit des grainetiers (+1.4 point), des vendeurs sur marchés (+1.1 point) et des autres lieux d'achat et en particulier d' IKEA qui voit passer son poids en volume de 5.2% en 2004 à 7% en 2005.

LIEUX D' ACHAT des EPICEAS (% des volumes)

	2001	2002	2003	2004	2005
Fleuristes en boutiques	6.7	6.1	7	6.3	6.4
Grainetiers	4.1	3.5	3.7	2.3	1.2
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	12.9	12.4	9.6	9.6	9.4
Hyper/super/gds magasins Jardineries d'hyper	44.4	41.9	42.9	43.1	41.8
Jardineries	7.2	10.6	10.8	13.9	12.0
Horticulteurs/ pépiniéristes	9.4	8.6	8.6	7.7	9.6
GSB	4.3	5.3	6.6	4.8	7.5
Autres lieux	11	11.6	10.8	12.4	10.6

Source: panel consommateurs Onifhor/ TNS- Sofrès

LIEUX D' ACHAT des NORMMANS (% des volumes)

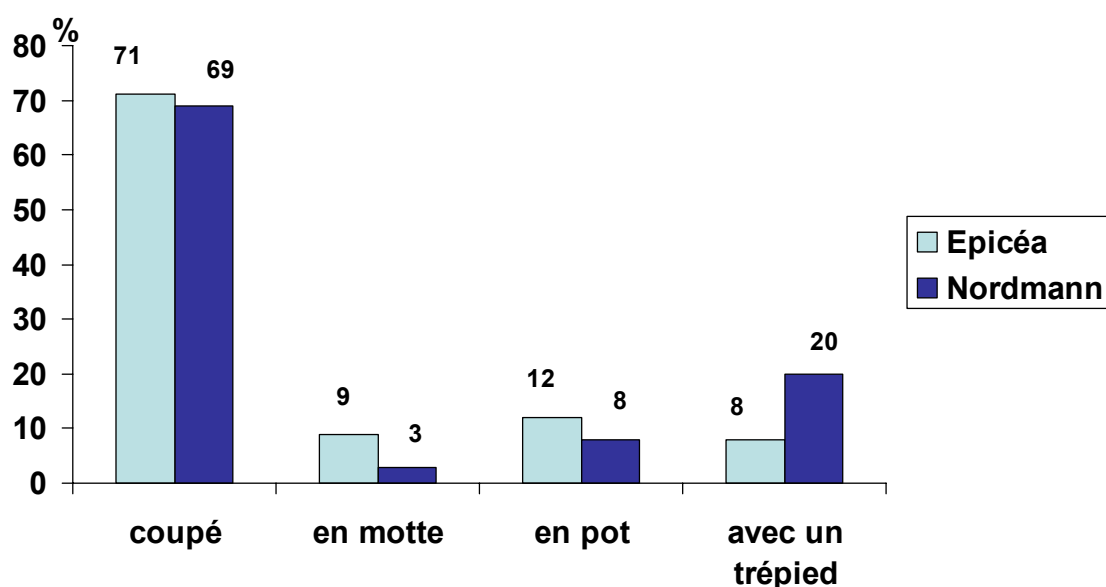
	2001	2002	2003	2004	2005
Fleuristes en boutiques	9.8	10.1	9.4	10.6	9.3
Grainetiers	3.6	3.8	3.5	0.9	2.3
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	15.8	12.1	10.7	10.8	11.9
Hyper/super/gds magasins Jardineries d'hyper	30.9	30.7	35.8	32.1	30.1
Jardineries	16.5	17	16.4	19	17.1
Horticulteurs/ pépiniéristes	8.8	7.6	9.5	8.2	7.2
GSB	5.3	7.6	6.1	6.8	6.2
Autres lieux	9.3	11.1	8.6	11.6	14.6

Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS- Sofrès

PRESENTATION

Si les français préfèrent de loin les présentations coupées pour les deux espèces, leur goût concernant les autres types de présentation divergent largement selon les espèces.

PRÉSENTATION PAR ESPÈCE DE SAPINS



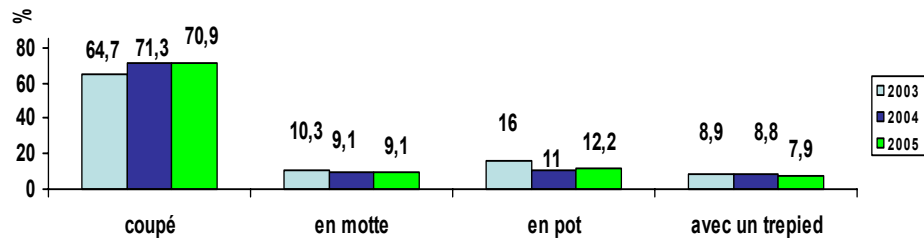
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Les acheteurs d'épicéas privilégient davantage la présentation en motte et en pot tandis que les acheteurs de nordmanns les préfèrent avec trépied.

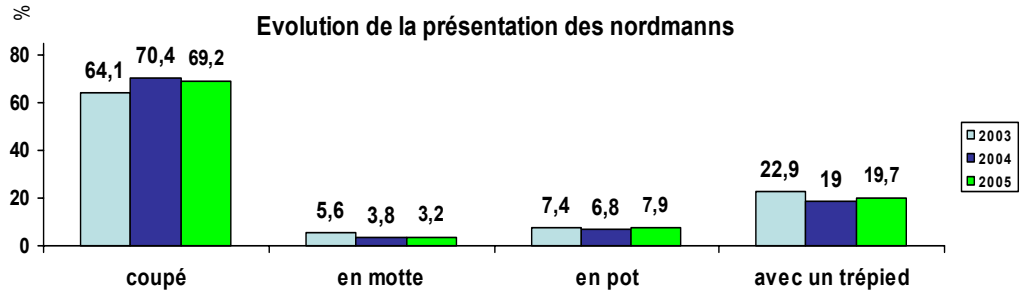
La présentation des épicéas présente peu d'évolution par rapport à 2004. La présentation coupée est toujours largement majoritaire même si elle perd 0.4 point. La présentation en pot gagne 1.1 point au détriment de la présentation avec trépied.

La présentation des nordmanns suit la même tendance que celle des épicéas, avec une baisse de 1.2 point des achats coupés au profit des achats en pot (+1.1 point) ou avec trépied (+0.7 point).

Evolution de la présentation des épicéas



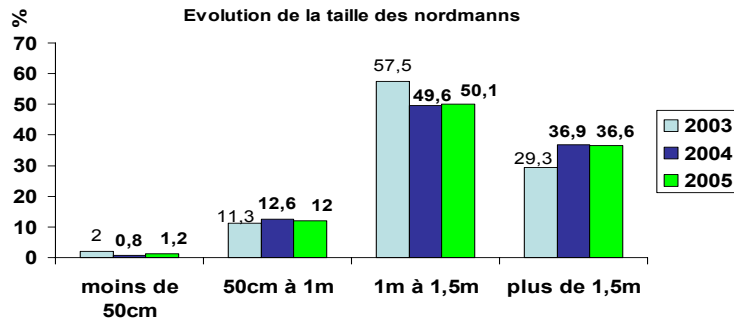
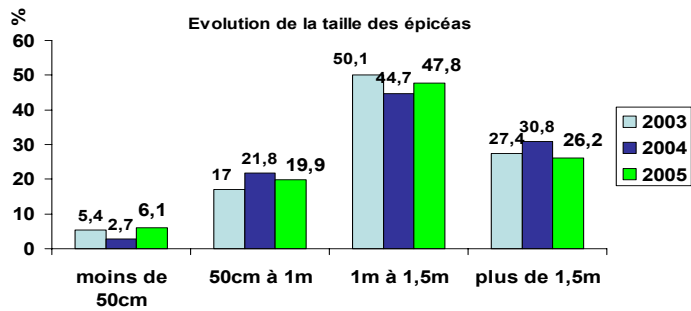
Evolution de la présentation des nordmanns



Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

TAILLE

EVOLUTION DE LA TAILLE PAR ESPÈCE



Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

En 2005, les sapins naturels mesurant entre 1m et 1.5m restent les plus appréciés et leurs achats sont en progression (+2 points).

Les sapins de plus d'1.5 m et ceux dont la taille est comprise entre 50 cm et 1 m se sont en revanche moins bien vendus : -1.6 point pour les sapins de plus d'1.5 m et -1.3 point pour les autres.

Les français ont acheté plus de petits sapins (+1 point/ 2004).

L'évolution de la taille des épicéas suit la même tendance que celles de l'ensemble des sapins naturels.

Les achats d'épicéas de moins de 50 cm ont progressé de 3.4 points et ceux dont la taille est comprise entre 1 m et 1.5 m de +3.1 points au détriment des épicéas dont la taille est comprise entre 50 cm et 1 m ou de plus de 1.5 m.

La taille des nordmanns est stable par rapport à 2004 : des sapins de plus d'1 m en très grande majorité.

DATE D' ACHAT

En 2005, les particuliers ont acheté leur sapin de Noël un peu plus tardivement ou beaucoup plus tôt.

La majorité des achats de sapins continue à se faire une semaine avant Noël, du 15 au 20 décembre.

Epicéas :

La majorité des achats d'épicéas ont été réalisés durant cette période et plus tardivement que d'habitude (+2.2 points juste avant Noël) ou plus tôt (du 1^{er} au 9 décembre). Par contre, les achats ont été moins nombreux dans la période du 10 au 14 décembre (-11.2 points).

Nordmanns :

Les achats de nordmanns sont restés stables en début et en fin de mois. Ils ont diminués de 2.3 points au cours de la période du 10 au 14 décembre.

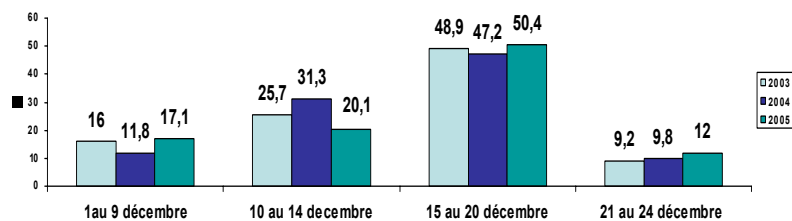
Date d'achat des sapins

	Epicéa					Nordmann				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
Du 1er au 9 décembre	11.1	13.7	16	11.8	17.1	18.2	24.9	22.5	26.3	26.5
Du 10 au 14 décembre	17.8	22.1	25.7	31.3	20.1	18.1	26.8	27.3	28.4	26.1
Du 15 au 20 décembre	52.9	49.8	48.9	47.2	50.4	51	40.6	44.1	39.6	41.7
Du 21 au 24 décembre	17.8	13.9	9.2	9.8	12.0	12.1	7.2	5.5	5.5	5.5
Le 25 décembre	0.4	0.4	0.2	-	0.4	0.5	0.4	0.5	0.2	0.2

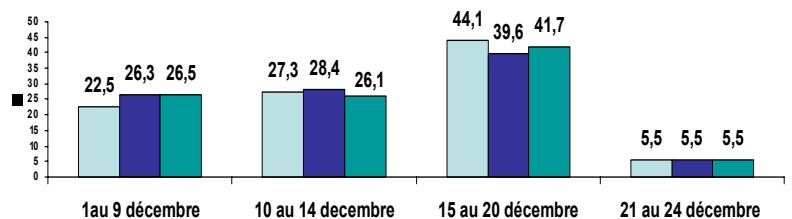
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/TNS-Sofrès

Dates d'achat

Evolution des dates d'achat des Epicéas



Evolution des dates d'achat des nordmanns

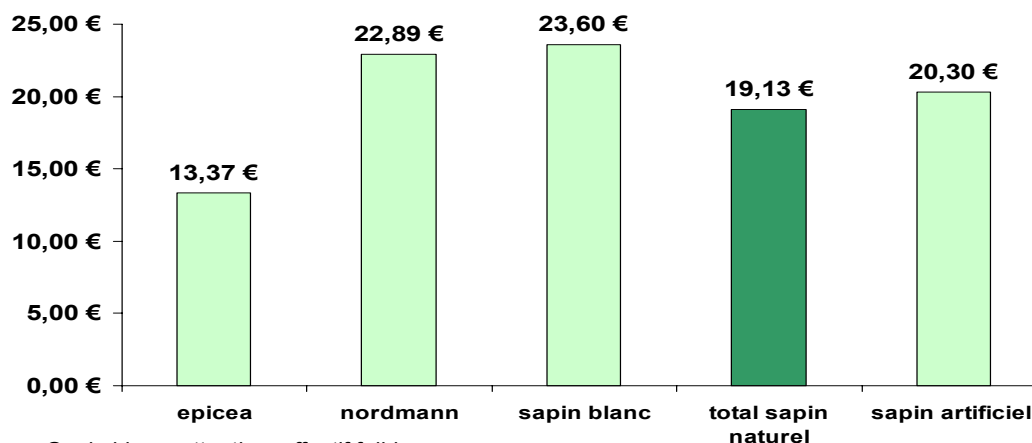


Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

PRIX D' ACHAT

Le prix d'achat des particuliers varie en fonction de l'espèce, de la taille et du lieu d'achat.

Prix moyen 2005 par type de sapin



Sapin blanc: attention, effectif faible

Source: panel consommateurs TNS- Sofres/ ONIFLHOR

Prix moyen d'achat € TTC de 2001 à 2005

	2001	2002	2003	2004	2005
EPICEA	10.52€	11.77€	11.86€	13.02€	13.37€
NORDMANN	22.71€	21.91€	22.55€	22.32€	22.89€
TOTAL SAPIN NATUREL	14.94€	16.36€	17.2€	18.3€	19.13€
Sapin artificiel	21.34€	20.91€	21.31€	20.86€	20.30€

Source: panel consommateurs TNS-Sofres / VINIFLHOR

Le prix d'achat de l'épicéa progresse chaque année alors que celui du nordmann peut baisser une année et progresser l'année suivante, en fonction de l'offre et de la demande.

Entre 2004 et 2005, le prix moyen d'un épicéa payé par les acheteurs a progressé de 2.7% et celui du nordmann de 2.6%, le prix moyen du sapin naturel progressant de 4.5% compte tenu de l'accroissement des achats de nordmanns.

Prix moyen des sapins (€) payés par les consommateurs selon la taille de 2001 à 2005.

	Epicea					Nordmann				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
Moins d'1 M	9	9.3	10.6	10.6	10.3	17.4	15.2	16.8	17.9	16.86
1M à 1.5M	10.2	11.5	11	12.4	12.77	20.1	19.8	20.9	20.4	20.41
Plus de 1.5M	12.5	14.3	14.7	15.4	17.79	29.4	27	28.3	26.2	28.73

Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Sur 5 ans, le prix moyen d'achat qui a le plus progressé est celui de l'épicéa de plus de 1.5 m. Le prix moyen d'achat du nordmann d'1 m à 1.5 m reste stable et celui du nordmann de plus d'1.5 m retrouve son niveau de 2003 avec une demande en progression.

Prix moyen d'achat des sapins selon le lieu d'achat (en€) en 2005

	Epicea	Nordmann
Fleuriste	17.5	28.8
Grainetier	16.4	23.6
Marchand ambulant	13.8	23.6
Jardinerie d'hyper	11.4	22.4
Jardinerie Gcenter	15.7	25.8
Hyper/super/Gds magasins	12.8	20.7
Horticulteurs/pépiniéristes	15.8	23.5
GSB	8.0	21.8
Autres lieux	13.6	18.3
Total	13.4	22.9

Source: panel conso VINIFLHOR TNS-Sofrès