

OFFICE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES FRUITS, DES LEGUMES
DES VINS ET DE L' HORTICULTURE

LE MARCHE DU SAPIN DE NOEL

En décembre 2006, 5,3 millions de foyers (sur 25,473 millions) soit 21,1% ont acheté 5.3 millions de sapins pour une dépense totale de 113,5 millions d'€ .

Sapins naturels



4,5 millions de foyers



4,7 millions de sapins



98 millions d'€

Sapins artificiels



0,7 million de foyers



0,7 million de sapins artificiels



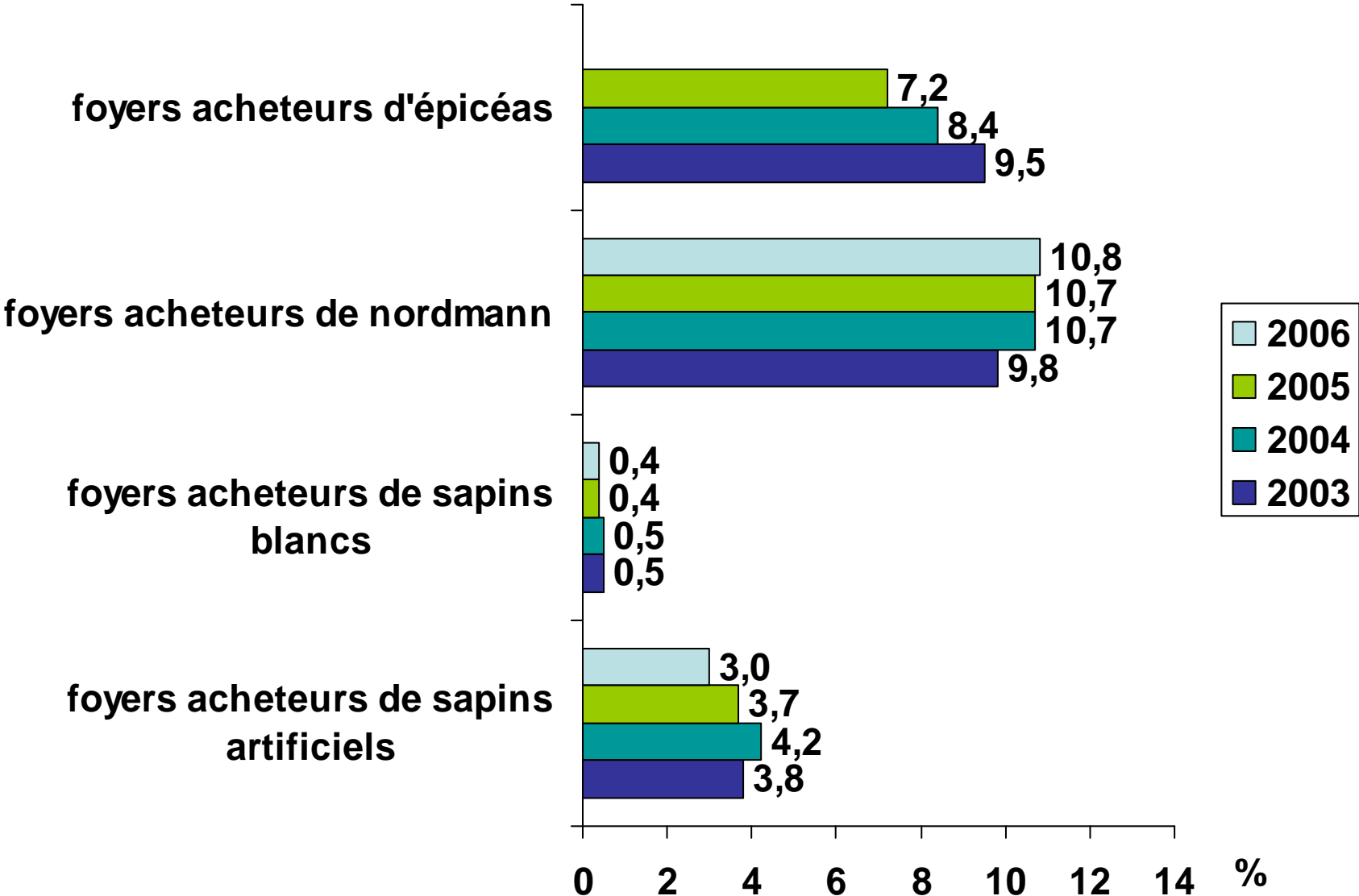
15,4 millions d'€

	2003	2004	2005	2006
Taux de foyers acheteurs de sapins (%)	23.3	23.5	22.0	21,1
→ dont naturels	19.6	19.4	18.5	18,1
→ dont artificiels	3.8	4.2	4.0	3,1
Extrapolations				
Nombre de foyers ayant acheté un sapin	5.7 millions	5.8 millions	5.5 millions	5,3 millions
→ Dont sapins naturels	4.8 millions	4.8 millions	4.5 millions	4,5 millions
→ Dont sapins artificiels	0.9 million	1.0 million	1.0 million	0,7 million
Nombre estimé de sapins achetés	6.0 millions	5.9 millions	5.8 millions	5,4 millions
→ Dont sapins naturels	5.0 millions	4.9 millions	4.8 millions	4,7 millions
→ Dont sapins artificiels	1.0 million	1.0 million	0.9 million	0,7 million
<i>Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS - Sofrès</i>				

Le prix moyen unitaire du **sapin naturel** s'élève à 20,9 € soit, +9,4% par rapport à 2005. Cette hausse est due à l'accroissement des dépenses en nordmanns.

	2002	2003	2004	2005	2006
Chiffre d'affaires estimé total (millions €)	107.6	107.3	110.4	108.2	113,5
→ dont sapins naturels	86.7	86	89.6	89.9	98
→ dont sapins artificiels	20.9	21.3	20.8	18.3	15,4
Prix moyen unitaire (€)	17.1	17.9	18.7	19.3	21,0
→ d'un sapin naturel	16.4	17.2	18.3	19.1	20,9
→ d'un sapin artificiel	20.9	21.3	20.9	20.3	22,0
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-SOFRES					

TAUX DE FOYERS ACHETEURS PAR TYPE DE SAPIN



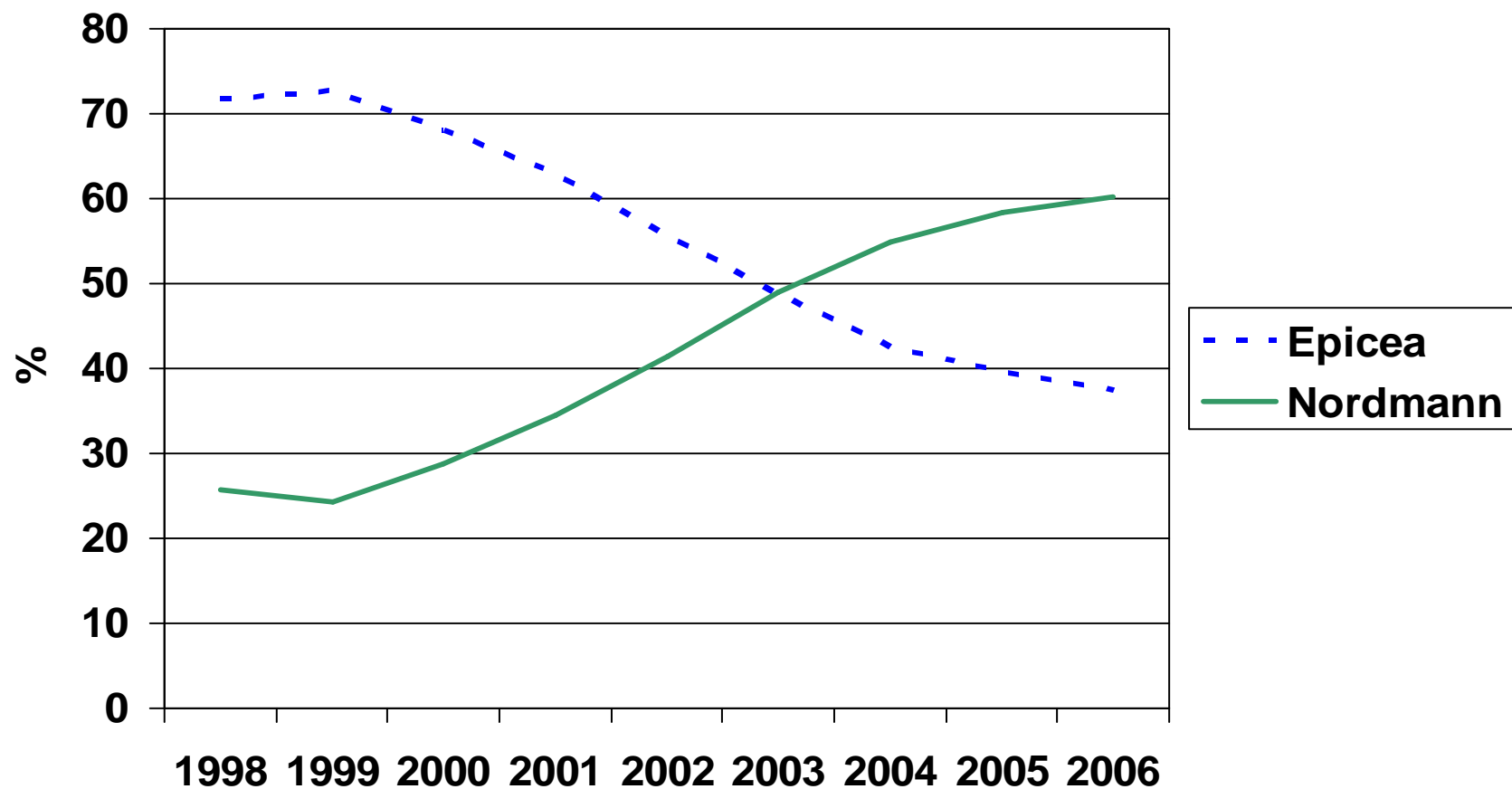
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

PART DES DIFFÉRENTS TYPES DE SAPINS NATURELS
(% DES QUANTITÉS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Epicéa	68	62.8	55.6	48.8	42.4	39.5	37,4
Nordmann	28.8	34.4	41.5	49	54.9	58.4	60,2
Sapin blanc	3.2	2.8	2.9	2.5	2.7	2.1	2,3

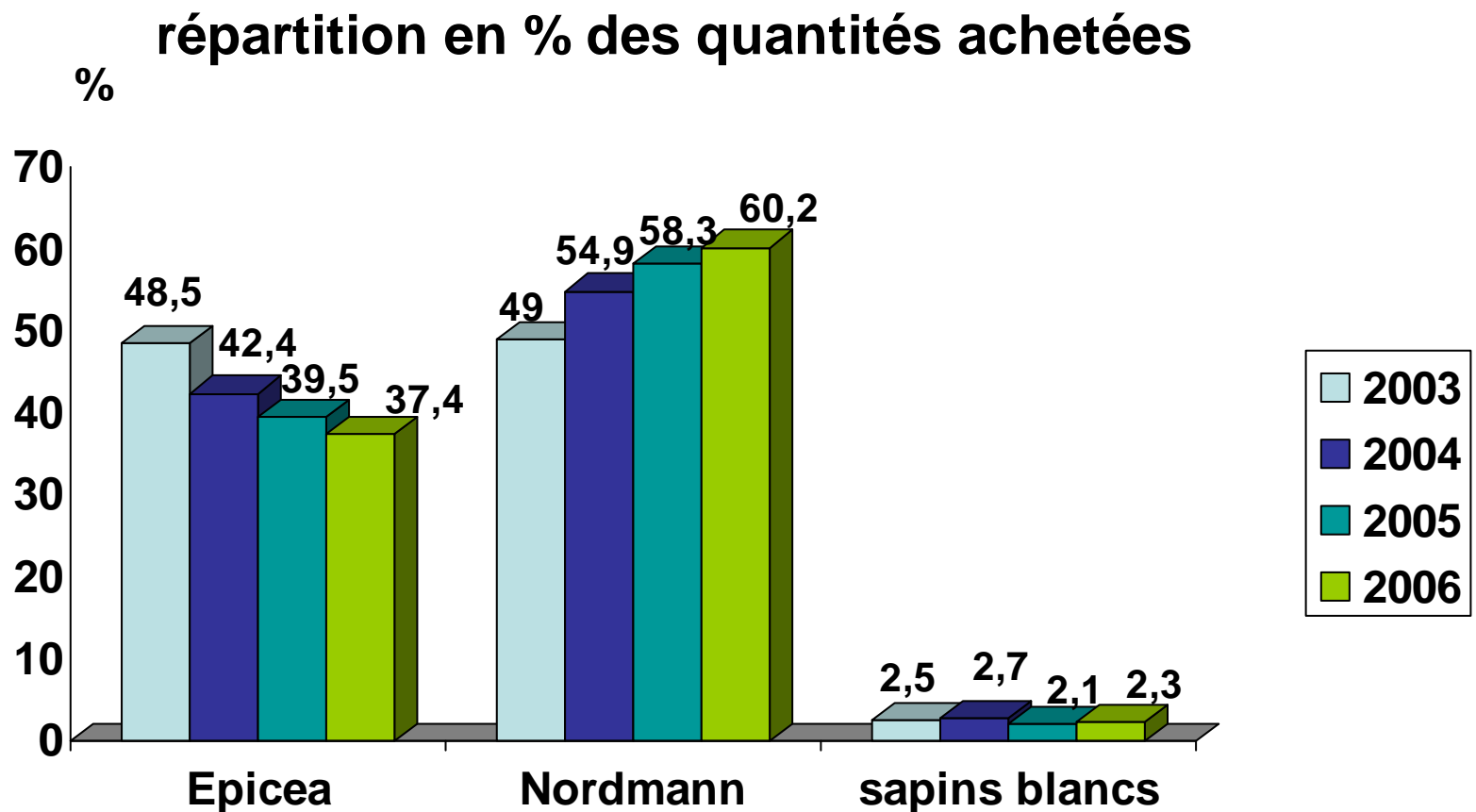
source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Evolution en % des quantités de sapins achetés de 1998 à 2006



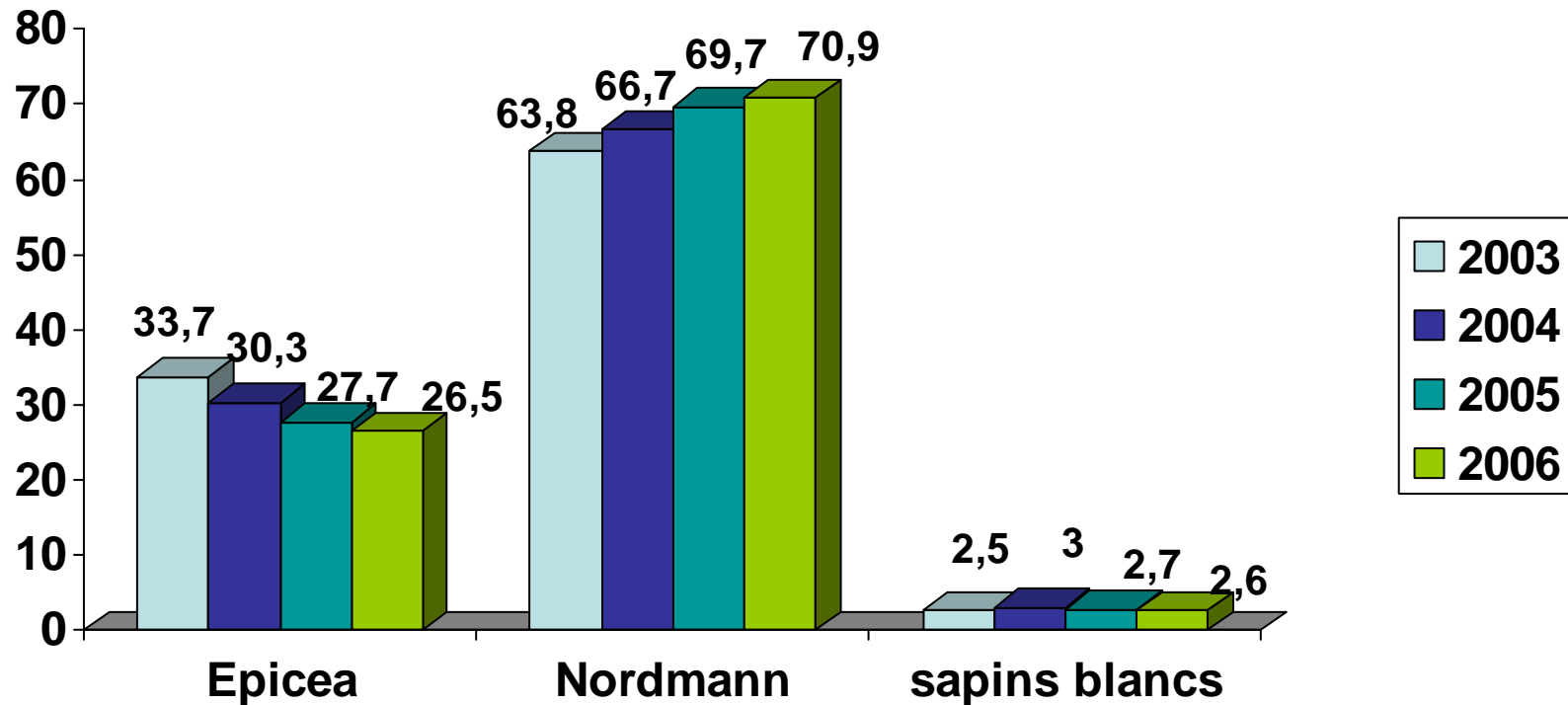
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE SAPINS: confirmation de la tendance amorcée en 2002, le **Nordmann** domine le marché, il représente plus de la moitié du volume des achats.



Les Nordmanns représentent plus des 2/3 des sommes dépensées en sapins naturels au détriment des Epicéas.

répartition en % des sommes dépensées

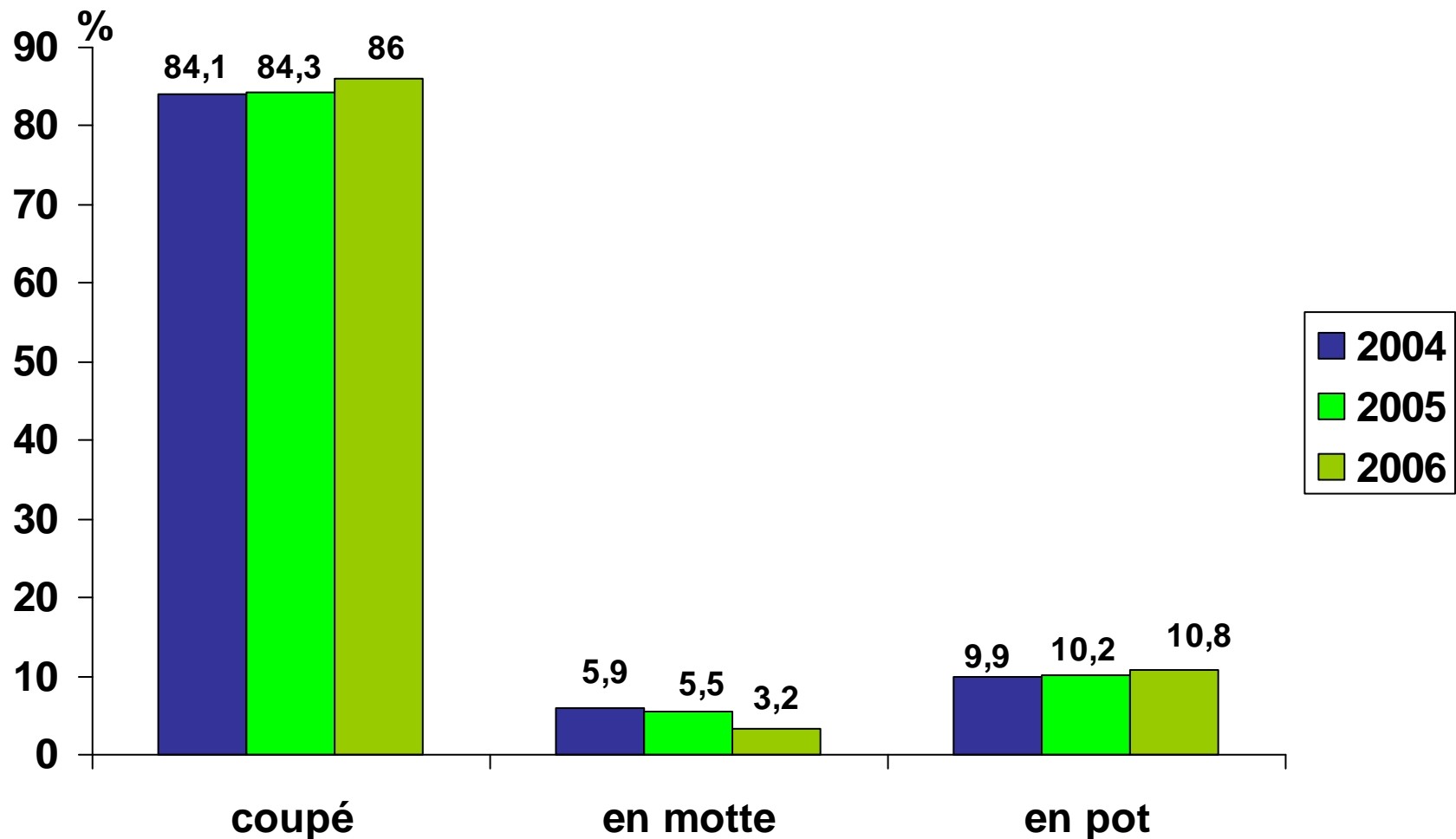


PROFIL DES ACHETEURS DE SAPINS

Comparativement à la population française, **les acheteurs de sapins naturels** sont plus volontiers :

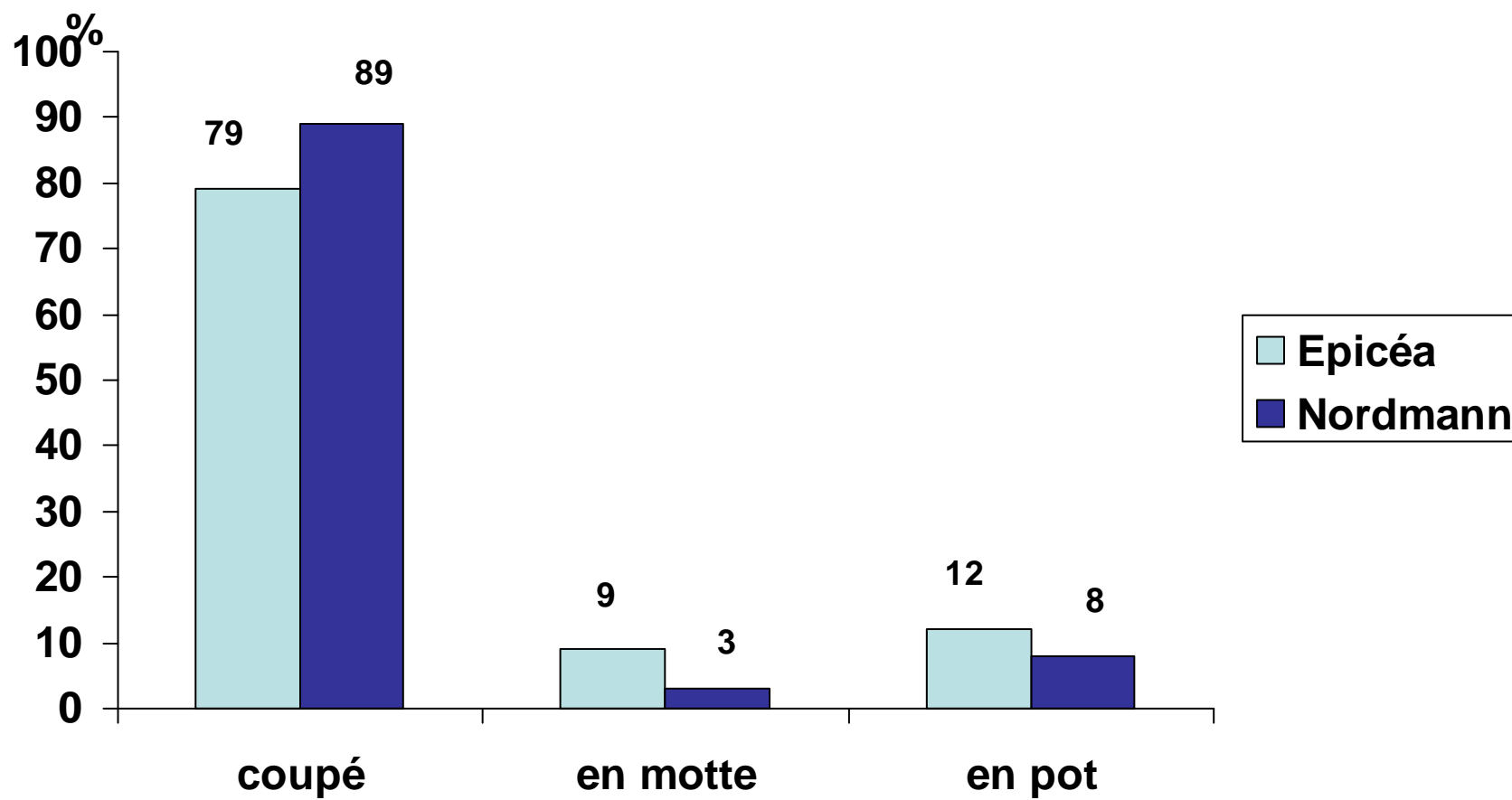
- des artisans/commerçants/chefs d'entreprises, des cadres, professions libérales et des ouvriers,
 - des chefs de famille âgés de 35 à 64 ans,
 - des maîtresses de maison âgées de 35 à 49 ans,
 - des foyers avec au moins deux enfants,
 - des personnes originaires de la région Parisienne et de l' Est.
-
- **Par rapport à la population française, les acheteurs de sapins artificiels** comptent davantage de:
 - professions intermédiaires, d'employés et d'ouvriers,
 - de jeunes ménages,
 - de foyers sans enfants,
 - de personnes originaires du Nord.

LA PRESENTATION DES SAPINS NATURELS ACHETES: la préférence pour les sapins coupés se confirme



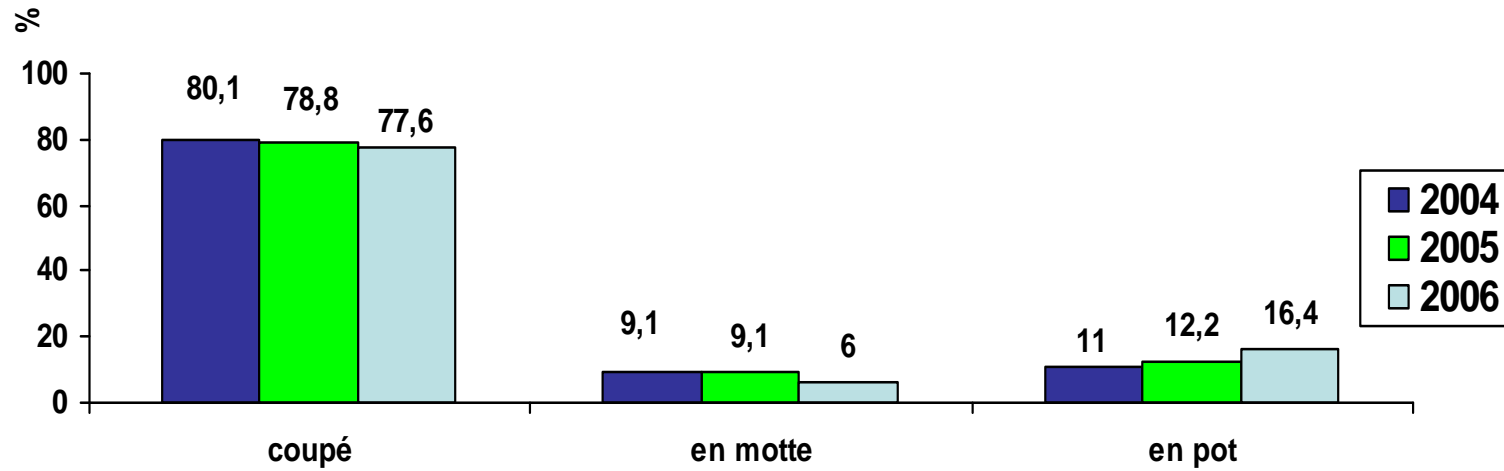
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

PRÉSENTATION PAR ESPÈCE DE SAPINS en 2006

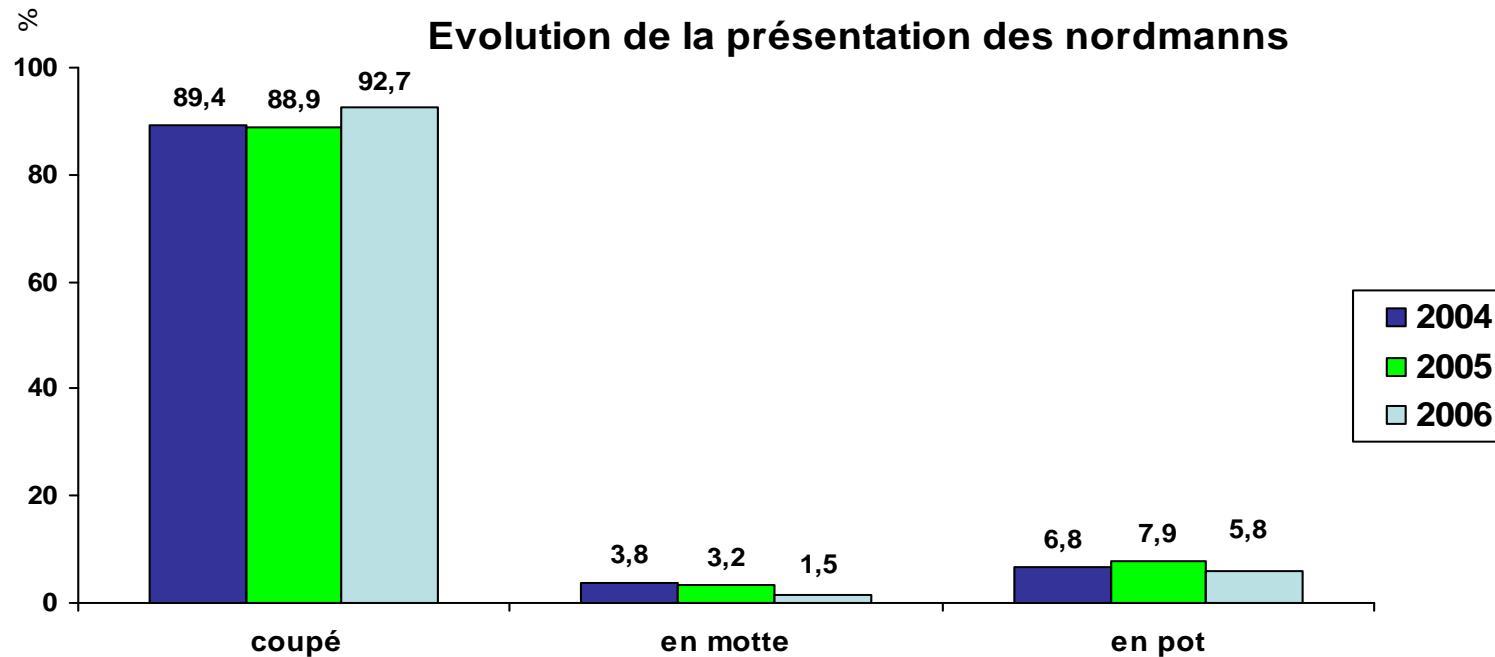


Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Evolution de la présentation des épicéas

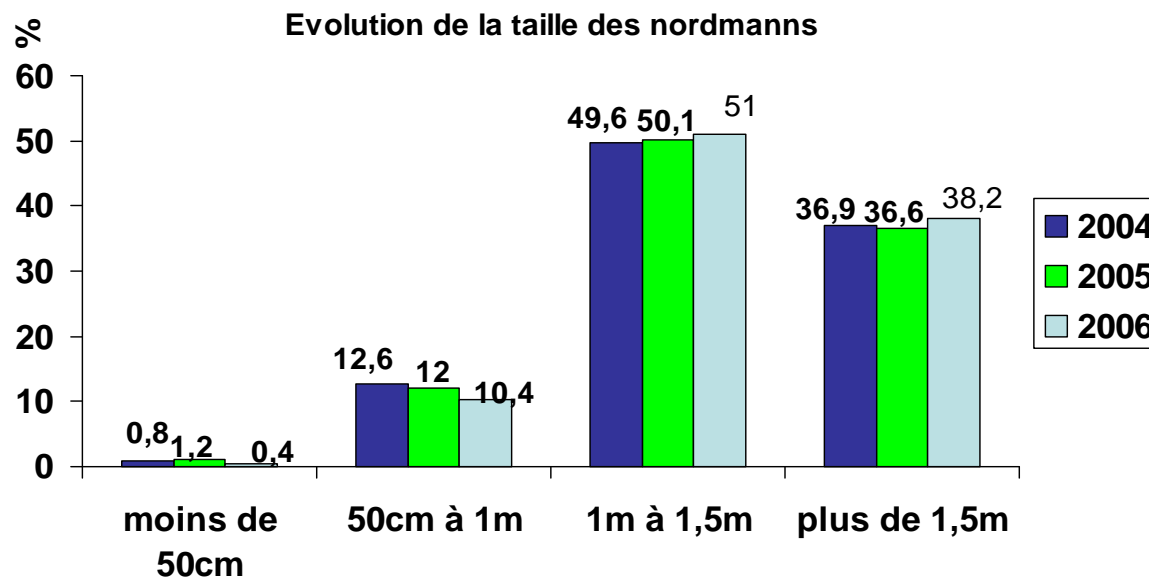
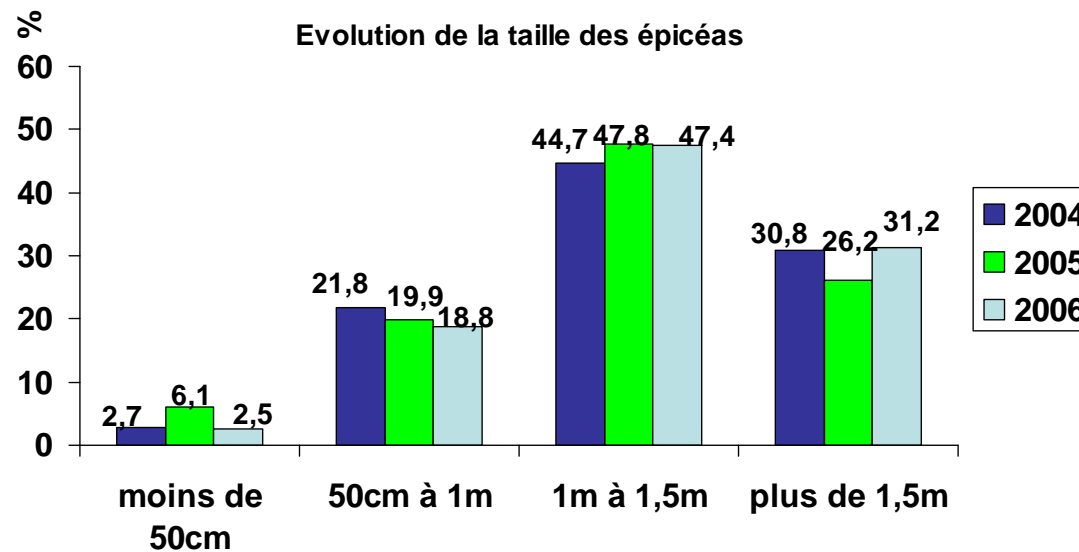


Evolution de la présentation des nordmanns



Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

EVOLUTION DE LA TAILLE PAR ESPÈCE



Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

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

	2002	2003	2004	2005	2006
Fleuristes en boutiques	8.3	9	9.2	9.1	8,7
Grainetiers	3.8	3.5	1.7	1.8	1,2
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	12.3	10	10.4	11	10,1
Hyper/super/gds magasins Jardineries d'hyper	37	39.2	37.3	34.9	34,0
Jardineries	13.4	13.5	16.3	15	19,5
Horticulteurs/ pépiniéristes	8	8.8	7.8	8.1	7,6
GSB	6.3	6.5	5.8	6.6	5,5
Autres lieux	10.9	9.5	11.7	13.5	13,4

Source: panel consommateurs Oniflhor/ TNS- Sofrès

LIEUX D' ACHAT des EPICEA (% des volumes)

	2002	2003	2004	2005	2006
Fleuristes en boutiques	6.1	7	6.3	6.4	4,3
Grainetiers	3.5	3.7	2.3	1.2	1,0
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	12.4	9.6	9.6	9.4	10,5
Hyper/super/gds magasins Jardineries d'hyper	41.9	42.9	43.1	41.8	38,7
Jardineries	10.6	10.8	13.9	12.0	14,3
Horticulteurs/ pépiniéristes	8.6	8.6	7.7	9.6	9,2
GSB	5.3	6.6	4.8	7.5	6,8
Autres lieux	11.6	10.8	12.3	12,1	15,2

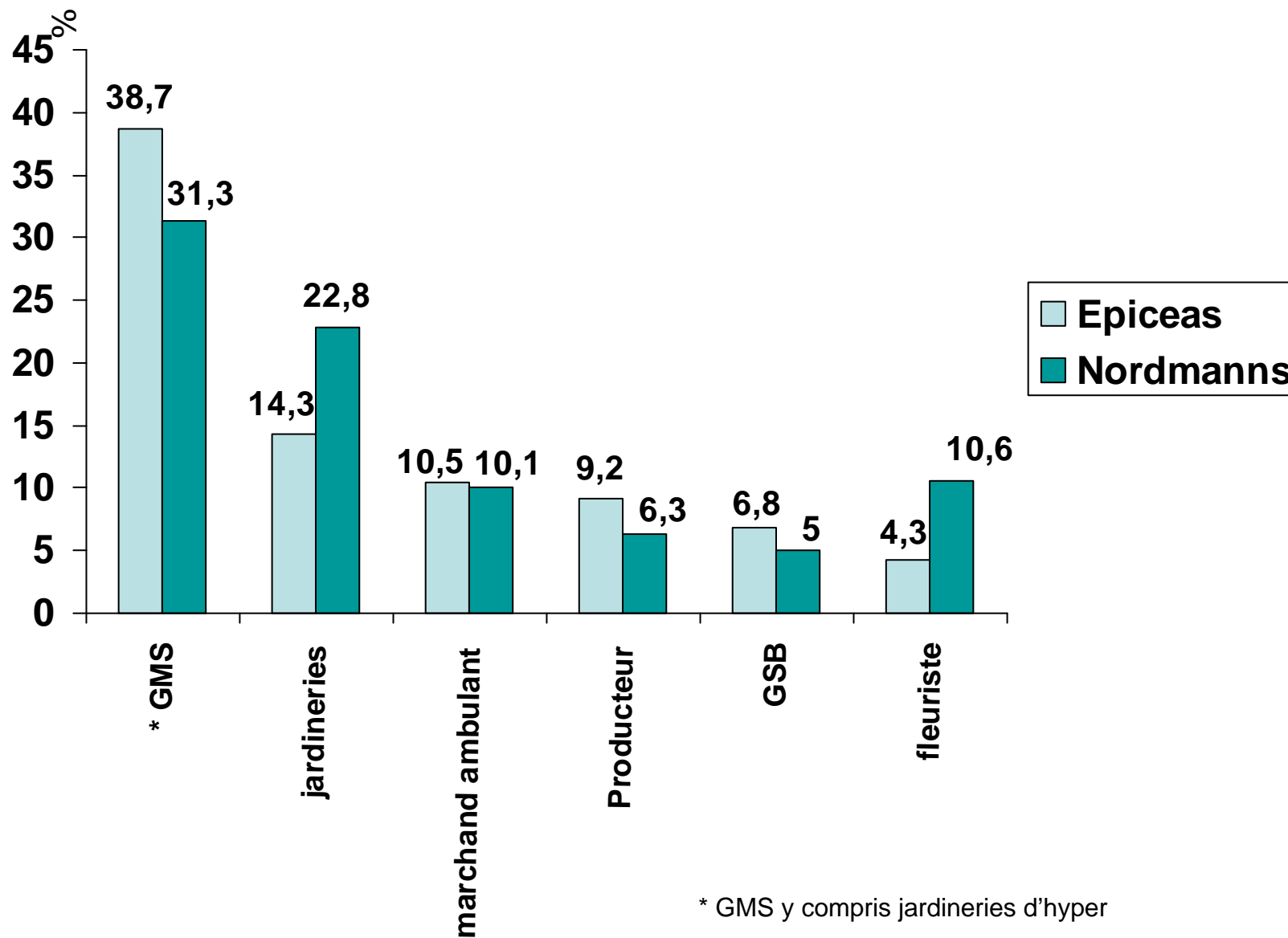
Source: panel consommateurs Oniflhor/ TNS- Sofrès

LIEUX D' ACHAT des NORMANDS (% des volumes)

	2002	2003	2004	2005	2006
Fleuristes en boutiques	10.1	9.4	10.6	9.3	10,6
Grainetiers	3.8	3.5	0.9	2.3	1,4
Marchand ambulant/ Fleuriste de marché	12.1	10.7	10.8	11.9	10,1
Hyper/super/gds magasins Jardineries d'hyper	30.7	35.8	32.1	30.9	31,3
Jardineries	17	16.4	19	17.1	22,8
Horticulteurs/ pépiniéristes	7.6	9.5	8.2	7.2	6,3
GSB	7.6	6.1	6.8	6.2	5,0
Autres lieux	11.1	8.6	11.6	15,1	12,5

Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS- Sofrès

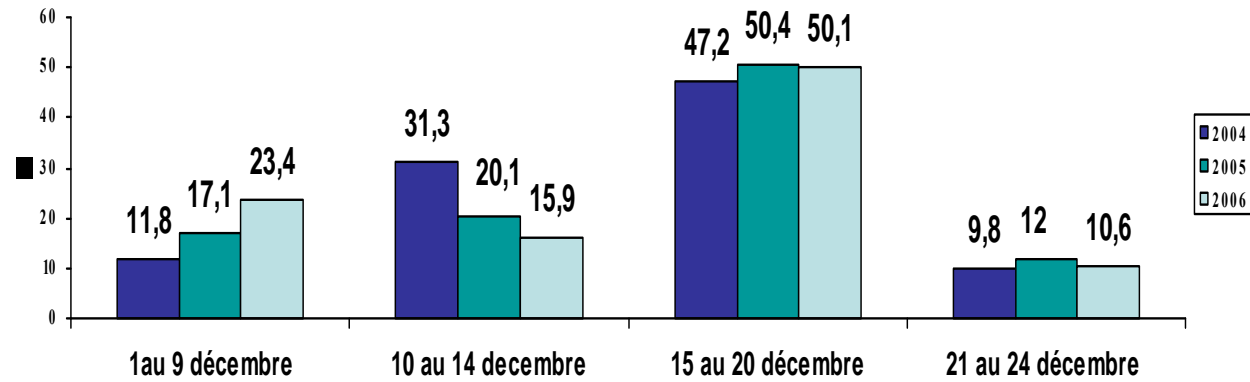
Principaux lieux d'achat en 2006 par espèce de sapins (% des volumes)



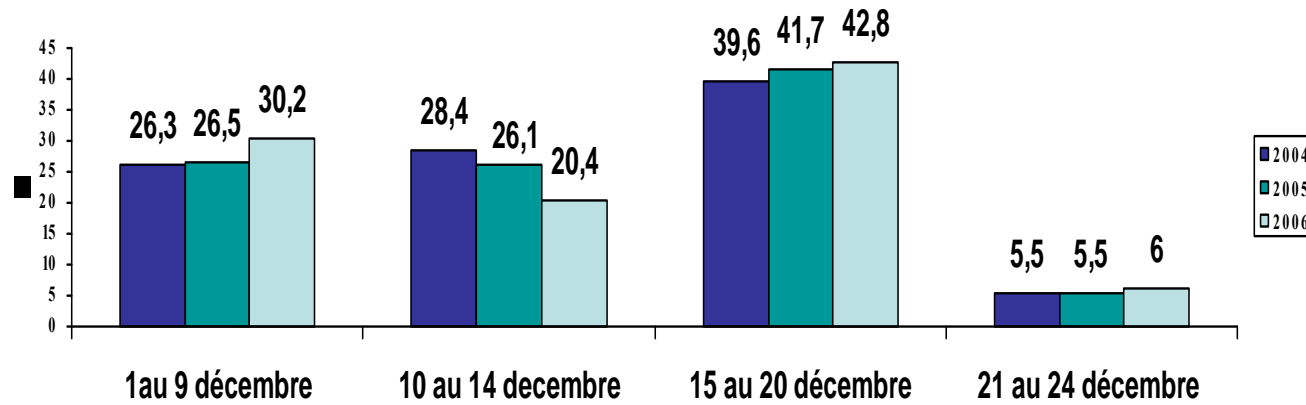
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Dates d'achat

Evolution des dates d'achat des Epicéas



Evolution des dates d'achat des nordmanns



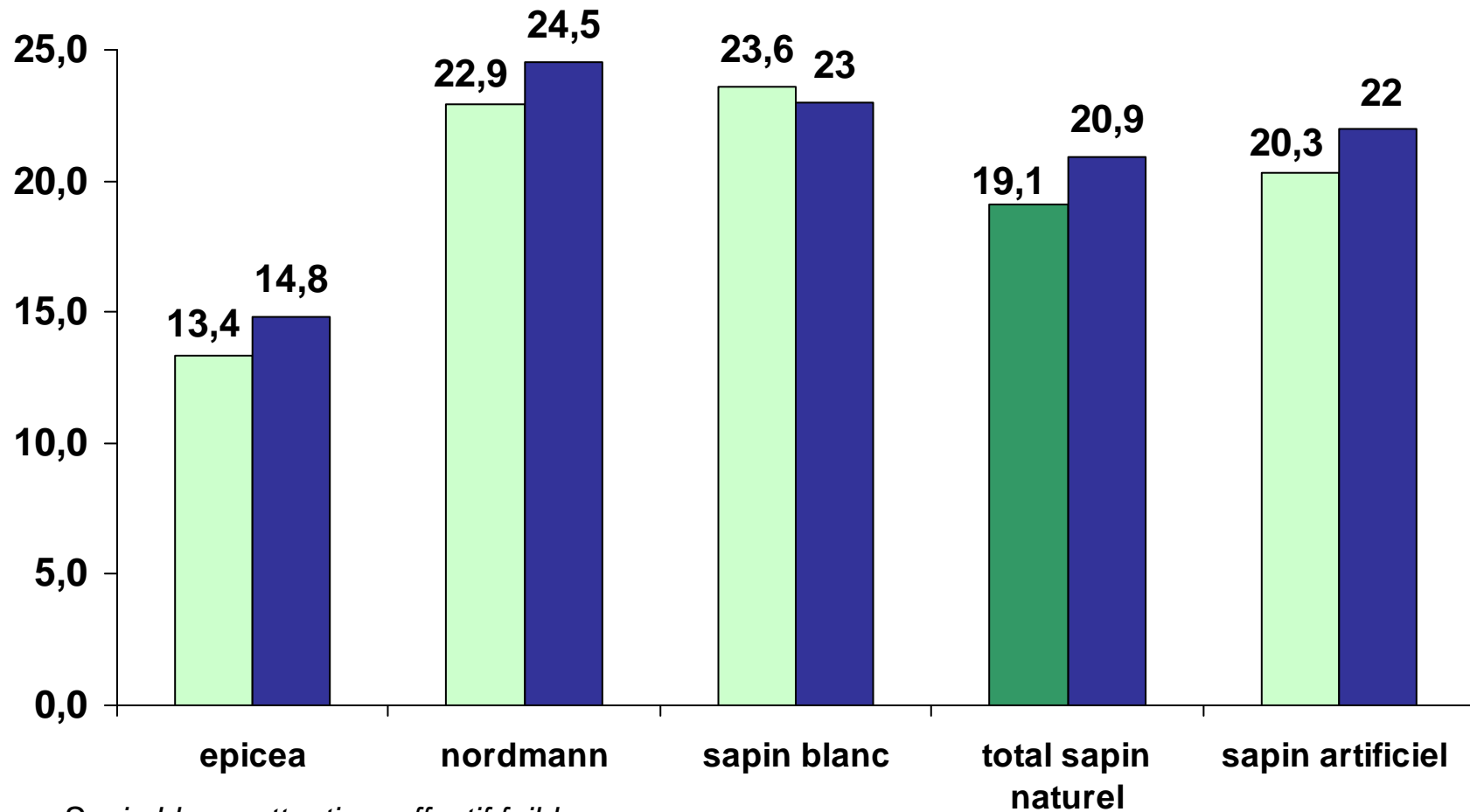
Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Date d'achat des sapins

	Epicéa					Nordmann				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Du 1er au 9 décembre	13.7	16	11.8	17.1	23,4	24.9	22.5	26.3	26.5	30,2
Du 10 au 14 décembre	22.1	25.7	31.3	20.1	15,9	26.8	27.3	28.4	26.1	20,4
Du 15 au 20 décembre	49.8	48.9	47.2	50.4	50,1	40.6	44.1	39.6	41.7	42,8
Du 21 au 24 décembre	13.9	9.2	9.8	12.0	10,6	7.2	5.5	5.5	5.5	6,0
Le 25 décembre	0.4	0.2	-	0.4	0,4	0.4	0.5	0.2	0.2	0,6

Source: panel consommateurs VINIFLHOR/TNS-Sofrès

Prix moyen (€) 2005 et 2006 par type de sapin



Sapin blanc: attention, effectif faible

Source: panel consommateurs TNS- Sofres/ ONIFLHOR

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

Prix moyen d'achat (€) TTC de 2002 à 2006

	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
EPICEA	11.8	11.9	13.0	13.4	14,8
NORDMANN	21.9	22.6	22.3	22.9	24,5
TOTAL SAPIN NATUREL	16.4	17.2	18.3	19.1	20,9
Sapin artificiel	20.91€	21.31€	20.86€	20.30€	22,0

Source: panel consommateurs TNS-Sofrès / VINIFLHOR

Prix moyen des sapins (€) payés par les consommateurs selon la taille de 2002 à 2006.

	Epicea					Nordmann				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Moins d'1 M	9.3	10.6	10.6	10.3	9,9	15.2	16.8	17.9	16.9	18,2
1M à 1.5M	11.5	11,0	12.4	12.8	14,8	19.8	20.9	20.4	20.4	21,9
Plus de 1.5M	14.3	14.7	15.4	17.8	17,4	27	28.3	26.2	28.7	30,0

Source: panel consommateurs VINIFLHOR/ TNS-Sofrès

Prix moyen d'achat des sapins selon le lieu d'achat (en€) en 2006

	Epicéa	Nordmann
Fleuriste	17.1	30,4
Grainetier	11,2	22,8
Marchand ambulant	12,9	23.6
Jardinerie d'hyper	17,4	23.4
Jardinerie Gcenter	19,3	27,9
Hyper/super/Gds magasins	12.8	22,8
Horticulteurs/pépiniéristes	20,9	27,1
GSB	11,8	20,3
Autres lieux	13.2	17,0
Total	14,8	24,5

Source: panel conso VINIFLHOR TNS-Sofrès