



ÉCONOMIE

MALGRÉ UNE CONJONCTURE DIFFICILE, LE MARCHÉ DU SAPIN DE NOËL RÉSISTE

Les français sont attachés à la tradition de Noël et à son symbole incontournable : le sapin de Noël naturel. **Mais malgré cet attachement, l'année 2015 affiche pour la première fois depuis des années, un léger fléchissement des ventes de sapins de Noël naturels (baisse de 1 point par rapport à 2014), principalement lié à l'actualité tragique du mois de novembre. Ainsi, d'après l'étude* réalisée en décembre 2015 pour FranceAgrimer et VAL'HOR, 5,3 millions de sapins de Noël naturels ont été achetés en décembre 2015 ce qui représente un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros.**

Sapin naturel français - Un choix utile à l'économie locale

Réunis au sein de l'Association Française du Sapin de Noël Naturel, les producteurs français souhaitent valoriser une culture hexagonale et de proximité génératrice d'emplois face à une importation d'origine européenne de plus en plus agressive. Ils rappellent qu'il est primordial de vérifier l'origine des produits et de privilégier des sapins « Made in France ».

Respectueux de l'environnement, les sapins de Noël naturels sont issus de productions agricoles raisonnées, ils sont cultivés spécifiquement pour les fêtes de fin d'année par des producteurs passionnés. De grande qualité, ce produit du terroir dispose maintenant de signes d'éco-responsabilité et d'origine tels que Plante Bleue et Fleurs de France.

*Cette étude a été réalisée à partir d'un panel TNS SOFRES composée de 6 000 foyers représentatifs de la population française pour FranceAgrimer et VAL'HOR.



Retrouvez toutes les informations et les visuels de l'AFSNN/VAL'HOR sur notre site internet : www.primavera.fr
Rubrique espace presse ou disponible sur simple de demande au 01 55 21 63 85 - primavera@primavera.fr

Étude complète disponible sur simple demande à Primavera

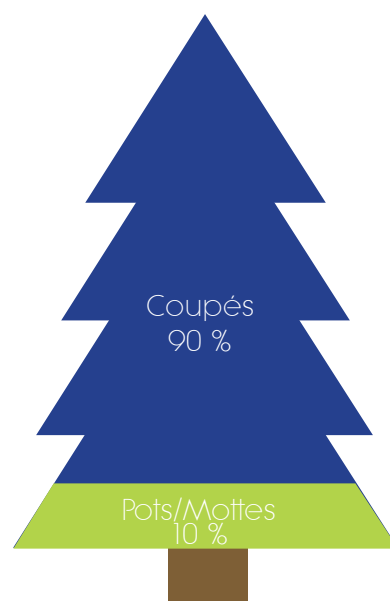
Primavera Communication - Rosa-Sara MOKRI - Claudia VAUDOIS - 55, rue de Paris - 92110 CLICHY
Tél. : 01 55 21 63 85 - Fax : 01 55 21 63 50 - E-mail : primavera@primavera.fr - www.primavera.fr

LE SAPIN DE NOËL NATUREL : LE ROI DE LA FÊTE

Fidèles aux traditions, les français préfèrent de loin le sapin de Noël naturel à l'artificiel. L'hiver dernier, 22 % des foyers français ont fait l'acquisition d'un sapin (-1,4 point par rapport à 2014), **parmi lesquels 83,1 % ont fait le choix du naturel, contre 16,9 % pour l'artificiel. Un comportement d'achat responsable puisque le sapin de Noël artificiel requiert des produits d'origine pétrolière lors de sa fabrication.** Respectueux de l'environnement, le sapin de Noël naturel est une culture à part entière dont les méthodes agricoles se rapprochent fortement de celles de la vigne.

SAPINS NATURELS

83,1 %



SAPINS ARTIFICIELS

16,9 %



DATES DES ACHATS DE SAPINS DE NOËL NATURELS (EN VOLUME)



LES VARIÉTÉS DOMINANTES

En tête des ventes depuis plusieurs années, le **Nordmann** reste le favori de français avec **72,8 % des parts de marché en volume**. Cette variété génère en valeur 78,6 % des sommes dépensées pour le sapin de Noël naturel et a été vendu à un prix moyen de 28,4 euros.

Quant à l'**Epicéa**, il arrive en deuxième position et continue de séduire de plus en plus de français avec **24,3 % des parts de marché en volume (+0,6 point)** avec un prix moyen de 20,3 euros.

L'ACHAT ANTICIPÉ CONTINUE SA PROGRESSION

La part des sapins naturels achetés entre le 1^{er} et 9 décembre a augmenté en 2015 (+3 points par rapport à décembre 2014). Plus de 4 sapins sur 10 sont achetés pendant cette période (41,6 %). Les français anticipent davantage cet achat pour profiter au maximum de l'ambiance de Noël et les achats de dernière minute sont en forte diminution (-5,4 points entre le 15 et le 20 et -1,6 points après le 21).

MON GRAND SAPIN, ROI DES FORÊTS

Les acheteurs de sapins de Noël naturels ont été 47,1 % à choisir un sapin mesurant entre 1 m et 1 m 50 et 36,7 % un sapin de plus de 1 m 50.

La taille des sapins naturels continue de progresser en 2015 avec une hausse de 3,8 % du nombre de sapins de plus de 1 m 50.



DES CIRCUITS DE **DISTRIBUTION** **ATYPIQUES**

Les grandes surfaces alimentaires restent le principal lieu d'achat des sapins de Noël avec un peu plus de 3 sapins achetés sur 10. Cependant, la part de marché de ce circuit de distribution diminue sans que cela ne profite aux professionnels des végétaux, qui perdent également des parts de marché, sauf pour les Epicéas.

Les ventes de sapins de Noël naturels ont par ailleurs augmentées dans les magasins d'aménagement de la maison et dans les magasins/grandes surfaces de bricolage (respectivement +1 point).

En parallèle, on assiste à une émergence plus prononcée de circuits moins traditionnels comme les écoles, les mairies ou les associations (6 % des achats de sapins naturels). L'achat sur les marchés ou les foires a régressé de façon significative en 2015 : hypothèse d'une plus grande frilosité à fréquenter ce type de lieu, spécifiquement en cette fin d'année 2015 ?

*Étude complète disponible sur simple demande
à Primavera - 01 55 21 63 85*

AFSNN

Association Française du Sapin de Noël Naturel



www.afsnn.fr

Fondée en 1998, l'Association française du sapin de Noël naturel réunit aujourd'hui plus de 101 producteurs dans plus de 46 départements en France. Face à une concurrence qui s'intensifie au fil des années, les adhérents de l'AFSNN sont mobilisés sur différentes missions :

- Promouvoir un savoir-faire français.
- Valoriser la provenance des sapins à l'aide de marques régionales.
- Lutter contre toute forme de commerce déloyal (plantations sauvages, ventes à la sauvette...) et faire appliquer la réglementation fiscale.
- Communiquer auprès du grand public sur les répercussions positives de la culture du sapin sur l'environnement.
- Rappeler que la profession crée des emplois dans des régions défavorisées.
- Garantir aux consommateurs comme aux professionnels une totale transparence sur la qualité, la taille et la variété des sapins à l'aide d'un marquage couleur normalisé.
- Améliorer la qualité et les services proposés autour de la vente des sapins (offre diversifiée, vente sur internet...).

En tant que membre de l'AFSNN, chaque producteur s'engage à respecter la charte de qualité définie par l'association et la réglementation en vigueur, à opter pour des méthodes culturales respectueuses de l'environnement, et à adopter le marquage couleur normalisé permettant d'identifier la taille des sapins.

VAL'HOR :

Interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage



www.valhor.fr

Association de loi 1901, reconnue en 1998 par les pouvoirs publics, VAL'HOR représente les professionnels du végétal d'ornement (les arbres, les plantes, les fleurs). Il s'agit de 50 000 entreprises spécialisées, réalisant plus de 11 milliards d'euros de chiffre d'affaires et représentant 160 000 emplois.

VAL'HOR est constituée des organisations professionnelles représentatives des secteurs :

- de la production (horticulteurs, pépiniéristes, semenciers),
- de la distribution et du commerce horticole (fleuristes, jardinerie, grossistes, libres services agricoles),
- du paysage et du jardin (paysagistes, entrepreneurs du paysage).

VAL'HOR a pour missions de :

- Développer la consommation par le recours à des actions publicitaires et de promotion.
- Renouveler et renforcer l'offre par le soutien à l'innovation.
- Structurer les marchés par la mise en œuvre des signes de reconnaissance de la qualité, de l'origine, de l'éco-responsabilité et de la Responsabilité sociale des entreprises.
- Assurer la valorisation des métiers et des savoir-faire des entreprises et de leurs collaborateurs.
- Bien connaître et bien se connaître dans la filière.
- Bien se comprendre et renforcer le dialogue entre les familles, les métiers et les entreprises.