

MARCHÉ DU SAPIN DE NOËL

LE SAPIN NATUREL ET « MADE IN FRANCE » REMPORTE TOUS LES SUFFRAGES

Apportant dans les maisons cette note végétale qui fait la joie des familles, les sapins de Noël naturels règnent en rois de la déco, somptueusement parés de guirlandes, boules et autres éléments qui rendent chaque sujet unique. Les traditionnels sapins de Noël sont associés aux rires des enfants et aux cadeaux déposés à leurs pieds. **Sur le plan économique, le sapin naturel, toujours en tête des ventes par rapport au sapin artificiel, conserve en 2019 le même succès auprès des foyers français qu'en 2018. C'est ce qui ressort des conclusions de la dernière étude menée par Kantar* à partir d'un panel consommateurs représentatif des foyers français.**

FranceAgrimer et VAL'HOR ont, comme les années précédentes, confié à Kantar le soin de réaliser une étude sur le marché du sapin de Noël, sa place par rapport au sapin artificiel, le taux et le profil des foyers acheteurs, les types de sapins achetés, les principaux points de vente... En 2019, les tendances observées l'année précédente se confirment : le nombre de foyers ayant acquis un sapin naturel en novembre et décembre est équivalent à celui de 2018 ; le Nordmann renforce sa position dominante face à l'Épicéa ; la préférence pour des sujets de 1 m à 1,50 m reste stable ; l'origine française des sapins naturels s'impose comme un argument d'achat important...

Près de 2 foyers sur 10 ont acheté un sapin de Noël naturel en 2019, soit 5,8 millions d'arbres pour un chiffre d'affaires de 158,9 millions d'euros.

Nombre estimé de sapins de Noël naturels achetés en 2019 (en millions)



Sommes dépensées estimées pour l'achat de sapins de Noël naturels en 2019 (en millions d'euros)



Somme dépensée en moyenne par sapin de Noël naturel acheté en 2019



* Etude réalisée sur un échantillon de 5 537 foyers représentatifs de la population française.



Épisode 111 de Mission : Végétal - © VAL'HOR

Étude complète disponible sur le site 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 sur simple demande au 01 55 21 63 85 - primavera@primavera.fr

PRIMAVERA COMMUNICATION - Sylvain AUDIGOU - Claudia VAUDOIS - Nathalie COÛFFÉ - Tél. : 01 55 21 63 85 - E-mail : primavera@primavera.fr



Le sapin naturel produit en France largement plébiscité



© S.Barthélémy

D'après l'étude menée en 2019 par Kantar, les sapins naturels sont toujours largement plébiscités par rapport aux sapins artificiels puisque 84 % des foyers ayant acheté un sapin ont fait le choix du naturel et seulement 16 % ont opté pour un sapin artificiel.

Un geste « vert » utile à l'économie locale

Contrairement au sapin artificiel, qui nécessite des produits d'origine pétrolière lors de sa fabrication, et parcourt de nombreux kilomètres, la culture du sapin de Noël naturel applique des méthodes agricoles raisonnées. De plus, elle permet de limiter les gaz à effets de serre, de réduire les déchets, ou encore d'améliorer la stabilité des sols. Enfin, la culture et la récolte du sapin de Noël créent de nombreux emplois, permanents et saisonniers, dans les 52 départements français où sont réparties les exploitations.

Les acteurs de la filière, tous passionnés par leur métier, se consacrent au développement de sapins « Made in France » destinés aux fêtes de fin d'année et entièrement recyclables. Une démarche qualité reconnue par la signature « Fleurs de France ».



Une profession mobilisée

L'Association Française du Sapin de Noël Naturel (AFSNN) regroupe aujourd'hui 132 producteurs qui ont à cœur de valoriser leur savoir-faire. Elle promeut le développement de sapins naturels français, issus d'une production agricole raisonnée qui privilégie les circuits de distribution courts pour réduire l'impact du transport sur l'environnement.

Les sapins de Noël Label Rouge

Depuis quelques années les sapins aussi ont droit au fameux Label Rouge qui répond à des critères esthétiques très exigeants : densité du feuillage, forme équilibrée, taille et la forme de la flèche... Chaque arbre est sélectionné individuellement. Il est coupé plus tardivement que les autres afin de garantir une tenue optimale sur toute la durée des fêtes et est disponible à partir du 1^{er} décembre dans les points de vente.



Le sapin de Noël naturel est bien un produit de culture

Depuis le 24 mars 2003, date du décret ministériel reconnaissant la culture du sapin de Noël comme une activité agricole à part entière, il n'y a aucune ambiguïté par rapport au sujet de la déforestation.

L'arbre de Noël n'est pas un sapin sauvage déraciné en forêt mais bien une plante cultivée. Pour chaque sapin proposé pour les fêtes de Noël, un nouvel arbre est replanté, lequel absorbera le carbone émis dans l'atmosphère. La balance carbone du sapin de Noël cultivé en France lui est largement favorable.



Succès croissant pour le Nordmann

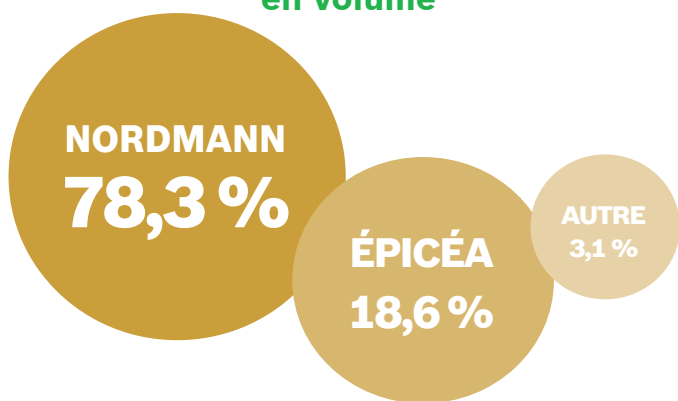
Parmi les sapins naturels, le Nordmann reste la référence et représente 78,3 % des parts de marché en volume (+ 0,9 point vs 2018) et 82,6 % en valeur (+ 0,7 point vs 2018). Une croissance qui confirme le recul de l'Épicéa, celui-ci enregistrant une perte en volume (- 16,5 points) et en valeur (- 11 points) depuis 2009.

Le prix moyen d'un sapin Nordmann est de 28,80 €, tandis que le prix moyen d'un Épicéa est de 21,80 €.

À noter également, les Français préfèrent les sapins de Noël naturels de plus d'un mètre de haut : 38 % des sapins achetés font plus de 1,50 m, 45 % mesurent entre 1 m et 1,50 m et 17 % font moins de 1 mètre.

Enfin, les achats d'arbres coupés (91 %) sont nettement supérieurs à ceux en pot ou en motte (9 %) toutes variétés confondues. Soit pour les Nordmanns 95 % coupés, 5 % en pot ou en motte, et pour les Épicéas 80 % coupés, et 20 % en pot ou en motte.

Répartition des sapins de Noël naturels en volume



Des achats toujours plus tôt

Les foyers s'y prennent de plus en plus à l'avance pour acheter leur sapin de Noël naturel. Ainsi, en 2019, 53 % des sapins ont été achetés avant le 9 décembre, et le volume d'achat a augmenté en novembre, passant de 5 % en 2018 à 9 % en 2019). En revanche, entre le 15 et le 20 décembre, cette part a diminué, passant de 27 % en 2018 à 20 % en 2019. Après le 20 décembre, le volume d'achat reste le même, soit 5 % du volume acheté sur chacune de deux années.

L'anticipation des achats de sapins de Noël naturels est particulièrement visible sur le Nordmann : 79 % des arbres sont achetés avant le 15 décembre (dont 57 % avant le 9 décembre). Quant à l'Épicéa, 48 % des achats sont effectués avant le 15 décembre.

Pour les achats plus tardifs, 52 % des Épicéas et 21 % des Nordmanns sont achetés après le 15 décembre.





Jardineries et grandes surfaces en tête des ventes

L'étude menée par Kantar montre que, pour les lieux d'achat des sapins naturels, les parts de marché sont en hausse dans les jardineries, libresseservices agricoles et la grande distribution (plus d'1 sapin sur 2 acheté dans ces réseaux).

Les magasins de décoration et d'aménagement de la maison sont cependant en progression (12 % des achats contre 8 % en 2018).

Lieu d'origine du sapin naturel : un critère qui prend de l'importance

L'année 2019 révèle une réelle prise de conscience sur la région ou le pays d'origine du sapin naturel qui représente donc un argument déterminant lors de l'achat. Ainsi, 56 % des Français déclarent accorder de l'importance à ce critère (contre 50 % pour les produits alimentaires). D'autre part, 26 % des acheteurs se souviennent de la présence d'une mention indiquant l'origine du sapin acheté.

56 %
des acheteurs de sapins naturels accordent de l'importance à l'origine de leur sapin

Le recyclage se développe

Lorsqu'il n'est pas replanté ou repoté (5 % des foyers) au jardin ou en terrasse, ou rapporté (3 %), le sapin de Noël naturel termine sa vie dans un lieu de collecte de recyclage. Cette seconde solution est la plus pratiquée (51 % des foyers), le nombre de points de collecte ayant fortement augmenté en zone urbaine. Le recyclage peut aussi être individuel (31 % des foyers) pour transformer son sapin en copeaux de bois, en bois de chauffage ou en compost. Les habitants des zones rurales optent généralement pour la solution du recyclage à domicile.



AFSNN

ASSOCIATION FRANÇAISE DU SAPIN DE NOËL NATUREL



www.afsnn.fr

Fondée en 1998, l'Association Française du Sapin de Noël Naturel (AFSNN) réunit aujourd'hui 132 producteurs dans 52 départements en France.

DES ADHÉRENTS 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

Depuis 1998, VAL'HOR est reconnue par les pouvoirs publics comme l'Interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage. Elle rassemble les 53 000 entreprises spécialisées, compte 170 000 emplois et génère un chiffre d'affaires annuel de 14 milliards d'euros.

VAL'HOR rassemble les organisations professionnelles représentatives des secteurs de la production, de la commercialisation et du paysage.

LES MISSIONS DE VAL'HOR :

- Développer la consommation par la communication collective.
- 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.
- 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.