



Le marché du jardin à l'horizon 2013

Perspectives de croissance, paysage concurrentiel et forces en présence Panorama des circuits de distribution

Le marché du jardin fera de la résistance en 2013

Les ventes de produits pour le jardin continueront d'augmenter en 2013. Le jardin, aujourd'hui considéré comme la 2^{ème} pièce conférant le plus de valeur au logement après le salon, profitera une nouvelle fois de l'engouement grandissant des particuliers pour l'aménagement et la décoration de leur habitat. Malgré tout, **la demande des ménages s'essoufflera, après deux années de croissance soutenue**. Les pressions accrues sur le pouvoir d'achat inciteront en effet les Français à procéder à des arbitrages dans leurs dépenses. Les ajustements sur le marché du jardin se traduiront notamment par la concentration des achats pendant les périodes de promotions ou le report vers des produits moins onéreux.

Les spécialistes et les GSB gagnent du terrain au détriment des autres réseaux

Au-delà des perspectives d'activité du marché, cette étude de Xerfi vous propose un panorama détaillé des différents circuits de distribution et de leur dynamique :

- **Les grandes surfaces de bricolage sont des acteurs incontournables du marché.** Les enseignes de GSB comme Leroy Merlin, Castorama ou Mr Bricolage n'ont cessé de gagner du terrain sur le marché du jardin depuis le milieu des années 2000. Elles pratiquent des prix agressifs (notamment grâce à des MDD d'entrée de gamme) et bénéficient d'un important trafic en magasin. Leur offre dans le végétal est encore peu développée, mais elles proposent un large assortiment d'outils (mécaniques et motorisés) et de produits de décoration extérieure ;
- **Les jardinerie et les libres-services agricoles (LISA) poursuivent l'extension de leurs réseaux pour conquérir des parts de marché.** Les leaders Gamm Vert et Jardiland se sont récemment lancés dans des politiques actives de croissance. Le premier a annoncé le recrutement de 80 nouveaux adhérents pour 2012, tandis que le second souhaite étendre son réseau d'une centaine d'unités d'ici à 2016. De plus, les grands réseaux spécialisés (Jardiland, Gamm Vert, Delbart, Truffaut, Botanic, etc.) s'appuient sur leur savoir-faire dans le végétal pour attirer un nombre croissant de jardiniers amateurs ;

- **Les grandes surfaces alimentaires et les autres circuits sont à la peine.** En perte de vitesse dans le non alimentaire, les leaders de la grande distribution comme Carrefour, Leclerc, Casino, Auchan ou encore Intermarché et Système U ont cédé du terrain aux spécialistes et aux GSB sur le marché du jardin en 2011. De leur côté, les magasins de motoculture, les fleuristes et les producteurs (pépinières et grainetiers notamment) ne cessent de perdre des parts de marché depuis le milieu des années 2000. S'ils se maintiennent, les cybermarchands spécialisés dans les produits pour le jardin souffrent, eux, d'une audience limitée et de la difficulté de commercialiser sur le Web des plantes et des produits d'agencement extérieur.

Les performances d'exploitation des spécialistes vont accuser le coup

Afin d'évaluer l'impact de la conjoncture et des mutations de l'environnement concurrentiel sur l'activité des spécialistes, **Xerfi** a analysé les performances d'exploitation d'un panel exclusif de jardineries et de LISA. Jusque-là habitués à une amélioration de leur taux d'excédent brut d'exploitation (EBE), les opérateurs auront des difficultés à ajuster leurs dépenses de personnel et leurs charges externes (loyers, charges externes, etc.) au ralentissement de la croissance de leur activité ces prochains mois. **Cela va peser sur les performances d'exploitation en 2013.**

Les spécialistes du jardin tardent à prendre le virage du e-commerce

Alors que certains *pure players* multispécialistes (notamment Pixmania, Rue du Commerce ou Cdiscount) se sont d'ores et déjà dotés de rayons « jardin », les groupes Adeo et Mr Bricolage ont accéléré sur le Web pendant l'été 2012. Le premier a repris Elbee (propriétaire des sites Decoclico.fr et Delamaison.fr, spécialisés dans l'équipement du foyer). Le second a de son côté racheté Le Jardin de Catherine (Le-jardin-de-catherine.com et La-maison-de-catherine.com). Pour leur part, **les jardineries et les LISA accusent un important retard dans le e-commerce.** En effet, Jardiland, Botanic, Delbard et Truffaut sont les seules enseignes nationales spécialisées à disposer d'une boutique en ligne.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Loïc Moisan
Chef de projets au sein du pôle Distribution
Xerfi France

Le marché du jardin

Opportunités de croissance

Paysage concurrentiel et forces en présence

Panorama des circuits de distribution

-
- Les perspectives du marché des produits pour le jardin
 - L'analyse des performances financières des détaillants spécialisés dans le jardin
 - Le panorama des principaux circuits de distribution proposant des produits pour le jardin
 - Les forces et faiblesses des différents circuits : GSB, jardineries, LISA, GSA, etc.
-

XERFI : LE MEDIATEUR DU MONDE ECONOMIQUE

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international. Au sein du premier bureau d'études spécialisé en France, les experts sectoriels du groupe Xerfi sont animés d'une passion commune :

- traiter l'information avec une très grande rigueur intellectuelle,
- réaliser des analyses professionnelles au plus près des réalités de la vie économique,
- offrir une représentation vivante des évolutions décisives d'un marché et de la concurrence sectorielle,
- s'engager sur des conclusions rédigées avec l'ambition de la probité et de la qualité.

Le marché du jardin

Opportunités de croissance

Paysage concurrentiel et forces en présence

Panorama des circuits de distribution

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. ANALYSE & PERSPECTIVES DU MARCHÉ

Cette partie présente une analyse complète du marché du jardin et de son environnement : tendances de consommation de produits de jardinage, analyse et prévisions sur les ventes du secteur, dynamique par circuit de distribution, par catégorie de produits, etc. Une attention toute particulière est accordée à l'analyse de l'activité d'un panel représentatif de détaillants spécialisés dans les articles de jardin.

1. Vue d'ensemble

- Déterminants de l'activité du secteur en 2012

2. Analyse de l'environnement

- Pouvoir d'achat des ménages (2004-2012)
- Arbitrages de consommation des ménages
- Consommation des ménages en végétaux (2003-2012)
- Consommation des ménages en outillage (2003-2012)
- Consommation des ménages en mobilier d'extérieur (2003-2012)
- Budget moyen des ménages consacré au jardin (2006-2011)
- Saisonnalité des ventes

3. Analyse conjoncturelle du secteur

- Ventes d'articles de jardin (2006-2012)
- Evolution des ventes par segment (2006-2011)
- Evolution des ventes par circuit (2006-2011)
- Chiffre d'affaires des jardineries et LISA (2006-2012)
- Prix à la consommation des principaux articles de jardin (2000-2012)

4. Prévisions pour 2013

- Consommation des ménages en végétaux (2005-2013)
- Marché du jardin (2006-2013)
- Chiffre d'affaires des jardineries et LISA (2005-2013)

2. PERFORMANCES FINANCIÈRES DES ENTREPRISES DU SECTEUR

Cette partie propose une analyse détaillée des performances financières d'un échantillon représentatif de détaillants spécialisés dans les articles de jardin sur la période 2005-2013.

1. Points de repère

- Méthodologie Xerfi

2. Compte de résultat du secteur (2005-2013)

- Principaux postes de charge et soldes intermédiaires de gestion

3. Bilan du secteur (2005-2013)

- Structure et rentabilité financières

4. Récapitulatif des états financiers du secteur (2005-2013)

- Compte de résultat en % du chiffre d'affaires
- Compte de résultat en % de la marge brute
- Bilan en % de l'actif et du passif
- Principaux ratios
- Définitions des ratios

3. STRUCTURE COMMERCIALE DU SECTEUR

Cette partie présente les parts de marché des principaux circuits de distribution de produits pour le jardin, ainsi que leurs forces et faiblesses. Elle fournit également une photographie de la structure commerciale des principaux canaux (points de vente, effectifs salariés, surfaces commerciales moyennes, principales enseignes, etc.).

1. Panorama des circuits de distribution

- Parts de marché des différents circuits en 2011
- Forces et faiblesses des différents circuits

2. Circuits spécialisés

- Chiffres clés des jardineries (2008-2012)
- Principales enseignes de jardineries : caractéristiques et modes de développement
- Chiffres clés des LISA (2005-2010)
- Principales enseignes de LISA : caractéristiques et modes de développement
- Principaux axes de développement
- Présence des principales enseignes de jardineries et LISA sur internet
- Marques de distributeurs des principaux réseaux de jardineries et LISA

3. Circuits concurrents

- Grandes surfaces de bricolage (chiffres-clés 2008-2012 et présentation des principales enseignes)
- Grandes surfaces alimentaires (chiffres-clés 2008-2012 et présentation des principales enseignes)
- Spécialistes de la motoculture (présentation des principales enseignes)
- Autres circuits de distribution (vue d'ensemble des autres circuits)
- Focus sur le e-commerce d'articles pour le jardin

4. Ephémérides (2011-2012) : opérations de croissance et partenariats, lancement de nouveaux concepts et offensives sur internet

4. FORCES EN PRESENCE

Cette partie expose les monographies de 11 acteurs majeurs de la distribution de produits pour le jardin en France. Ces fiches présentent les chiffres clés des groupes (chiffre d'affaires, nombre de points de vente, effectifs salariés, etc.), leurs modes de développement, leurs principales enseignes, etc.

1. **Forces en présence** : principaux groupes du secteur
2. **Groupes de jardineries** : Jardiland, Groupe Sevea, Botanic, Groupe Louis Delhaize, Nalod's
3. **Groupes de LISA** : InVivo, Triskalia
4. **Groupe de jardineries et de LISA** : Groupe Inédis
5. **Groupes de bricolage** : Groupe Adeo, Kingfisher, Mr Bricolage
6. **Principales sociétés du secteur** : classement par chiffre d'affaires

5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 opérateurs du secteur à travers :
- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 200 opérateurs selon cinq indicateurs clés.

Les données analysées portent sur la période 2006-2011, selon la disponibilité des comptes. 92% des comptes non consolidés 2010 et 34% des comptes non consolidés 2011 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication

LES PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

T1	Typologie du secteur étudié	T13	Le marché du jardin amateur (2006-2012)	T27	Les principaux axes de développement des enseignes de jardineries et LISA
T2	Les principaux segments du marché du jardin amateur	T14	Dynamique des ventes d'articles de jardin par segment sur la période 2006-2011	T28	Chiffres-clés des grandes surfaces de bricolage (2008-2012)
T3	Les principaux circuits de distribution d'articles de jardin	T15	Dynamique des ventes d'articles de jardin par circuit sur la période 2006-2011	T29	Les principales enseignes de grandes surfaces de bricolage
T4	Les 4 grands facteurs qui ont impacté le statut du jardin	T16	Le chiffre d'affaires des jardineries et LISA (2005-2012)	T30	Chiffres-clés des hypermarchés (2008-2012)
T5	Déterminants de l'activité du secteur en 2012	T17	Les prix à la consommation des principales catégories d'articles pour le jardin	T31	Chiffres-clés des supermarchés (2008-2012)
T6	Le pouvoir d'achat global et pouvoir d'achat par ménage (2004-2012)	T18	La consommation des ménages en végétaux d'intérieur et d'extérieur (2006-2013)	T32	Les principaux acteurs de la grande distribution alimentaire
T7	Typologie des arbitrages possibles sur les postes d'équipement-entretien de la maison	T19	Le marché du jardin amateur (2006-2013)	T33	Les principales enseignes de motoculture
T8	La consommation des ménages en végétaux d'intérieur et d'extérieur (2003-2012)	T20	Le chiffre d'affaires des jardineries et LISA (2005-2013)	T34	Les chiffres clés des principales enseignes de motoculture
T9	La consommation des ménages en outillage mécanique et à moteur (2003-2012)	T21	Parts de marché des différents circuits de distribution d'articles de jardinage en 2011	T35	Vue d'ensemble des autres circuits de distribution d'articles de jardinage
T10	La consommation des ménages en meubles et sièges de jardin et d'extérieur (2003-2012)	T22	Forces et faiblesses des principaux circuits de distribution d'articles de jardinage en 2011	T36	Les principaux sites marchands spécialisés dans le jardin
T11	Le budget moyen par ménage consacré à l'achat d'articles de jardin (2006-2011)	T23	Chiffres clés des jardineries (2008-2012)	T37	Les principaux groupes intervenant dans la distribution de produits pour le jardin
T12	Saisonnalité des ventes d'articles de jardin	T24	Les principales enseignes de jardineries		
		T25	Chiffres clés des LISA (2005-2010)		
		T26	Les principales enseignes de LISA		

PRINCIPAUX OPERATEURS ANALYSES OU CITES DANS L'ETUDE

Principaux groupes et sociétés cités dans l'étude

BOTANIC
GROUPE ADEO
GROUPE INEDIS
GROUPE LOUIS DELHAIZE
GROUPE SEVEA
INVIVO
JARDILAND
KINGFISKER
MR BRICOLAGE
NALOD'S
TRISKALIA

Les sociétés dont les comptes sont traités dans l'étude

AGRALYS DISTRIBUTION
AGRODIA
ALPHA
ALPINE DE PEPINIERES
ART VERT
ARTERRIS DISTRIBUTION
AU JARDIN DES PLANTES
BOCOPI
CARRE VERT
CAVAC DISTRIBUTION
CECAVERT
CENTRE DES JARDINS
DUVAL

CENTRE JARDINS
LOISIRS
CERCLE VERT
CHARENTE COOP JARDIN
CIS
COMPTOIR PLUS
COTE NATURE ST MICHEL
SUR ORGE
DECOR JARDIN
DEMANGE 90
DEPREAUX
DESJARDINS
MONTVILLIERS
DESJARDINS TROUVILLE
DISTRIVERT (17620)
DISTRIVERT (29800)
DOM VERT
ESPACE JARDIN
ESPACE TERRENA
ESPACE VERT
DU LIMOUSIN
ETS CHRISTOPHE
GRASSOT
ETS HORTICOLES
GEORGES TRUFFAUT
ETS PAQUET JARDIN
FLORALIE'S GARDEN
FLORIANA
FLORINAND
GAMM VERT
GAMM VERT OUEST
GAMM VERT SUD ET EST

GAMM VERT SUD OUEST
GASCOVERT
GEORGES D
GREEN VAL
HORMA'NAT
HORTI SERVICE
IRIS
JARDI SALON
JARDIN LOISIRS 28
JARDINERIE CARRIERE
JARDINERIE BOIS
DE PARIS
JARDINERIE DES GRAVES
JARDINERIE
D'ISNEAUVILLE
JARDINERIE DU BOUSCAT
JARDINERIE DU LEMAN
JARDINERIE DU MOULIN
JARDINERIE LEREDDE
JARDINERIE PINGUET
NORD
JARDINERIES
ET PAYSAGES
JARDINERIES
MONTPLAISIR
JARDINS DE LOUVIGNY
JARDINS DES REMPARTS
JARDINS PAYS
DE FRANCE
JARDIPLAY
JARDIVAL
JDP

JURA MONT BLANC
LA GENERALE
DES VEGETAUX
LA PASTORALE
LE JARDINIER
LE TREFLE VERT
LES JARDINIERS D'AIX
LES JARDINS
DE GAILLARD
LES JARDINS
DE LA FERME
LES JARDINS
DE LA SEYNE SUR MER
LES JARDINS DE SAVOIE
LES JARDINS
DE SURESNES
LES JARDINS
DE TARENTEISE
LES JARDINS DE VILLE-
LA-GRAND
LES JARDINS
DES MIROUELLES
LES JARDINS
D'HEILLECOURT
LES JARDINS DU CENTRE
LES JARDINS DU LAC
LES JARDINS DU LIOURAT
LES JARDINS DU PONTET
LUR BERRI DISTRIBUTION
LUR BERRI JARDINERIES
M&C
MA CAMPAGNE

MINOTERIE D'ETANG
SUR ARROUX J BIGALLET
ET FILS
MOULINAT
NATURA PRO
NATURA'LISA
NATURE & PLEIN AIR
OSNYVERT
PAYS VERT
PEPINIERES
ET JARDINERIE DERLY
PLANTES ET JARDINS
PORT GRIMAUD GARDEN
CENTER
POUILLON ET ASSOCIES
PROXIVERT
SBEN ESPACE & NATURE
SERRES DE BON PAIN
SICAAP
SICAP
SOCAVICA
SODIVAL
SYCODIS
TERRENA GRAND PUBLIC
VALVERT
VERTDIS
VTL

BON DE COMMANDE

Réf : 2DIS15 / XF / INT



à retourner ou à télécopier

Xerfi – 13-15, rue de Calais – 75009 Paris

Fax : 01.42.81.42.14

Téléphone : 01.53.21.81.51

Le marché du jardin

Opportunités de croissance

Paysage concurrentiel et forces en présence

Panorama des circuits de distribution

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

- | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) : | 1 000 EUR HT | 1 055,00 TTC |
| <input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) : (*) | 1 200 EUR HT | 1 435,20 TTC |
| <input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) (*) | 1 400 EUR HT | 1 674,40 TTC |

*(TVA 5,5% pour le papier et TVA 19,6% pour les versions électroniques)

A renseigner (en majuscules) :

Société :	Fonction :
Nom & prénom :	
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	Télécopie :
E-Mail :	
TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :	

Tarifs valables jusqu'au 31/10/2013. Facture avec la livraison.
Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :