

## Communiqué de presse

### Le marché des outils de jardin, des produits phytosanitaires et des barbecues renoue avec la croissance en Europe.

Le 5 octobre 2015

Raphaël Couderc  
T +33 (0)1 74 18 61 57  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

#### Bilan des marchés bricolage et jardin, Europe 1<sup>er</sup> semestre 2015

Suresnes, le 5 octobre 2015. Au cours du premier semestre 2015 en Europe, le marché des outils de jardin et des produits phytosanitaires a enregistré une croissance significative de 2,9 % en Grande-Bretagne, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique et en France, générant un chiffre d'affaires de 3,6 milliards d'euros dans la région. Les conclusions de cette enquête internationale, constituée à partir des panels de distributeurs de l'Institut GfK, montrent que les tondeuses robot, l'outillage sans fil et les barbecues restent les produits les plus appréciés des consommateurs.

Dans les pays considérés dans l'étude, au cours du premier semestre 2015, le chiffre d'affaires du marché des outils de jardin et des produits phytosanitaires affiche une hausse significative de +2,9 % par rapport à la même période l'année précédente. « L'Allemagne connaît la plus forte progression de sa valeur (+4,8 %) avec 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires. La France enregistre le deuxième meilleur taux de croissance avec +4,6%, soit 1,3 milliard d'euros de chiffre d'affaires, suivi de très près par la Belgique (+4,5 % pour un total de 107 millions d'euros) » analyse Antoine GACHET, Directeur des marchés du bricolage et du jardinage chez GfK.

GfK  
40 rue Pasteur  
CS 30 007  
92 156 Suresnes  
France

T +33 01 74 18 60 00  
F +33 01 74 18 72 33  
[fr@gfk.com](mailto:fr@gfk.com)  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

Management Board GfK SE  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausrucking  
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:  
Dr. Arno Mahler  
RCS Nanterre B 702 004 235  
SIRET 702 004 235 00041

En revanche, les marchés s'inscrivent en net recul par rapport au premier semestre 2014 en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas. L'activité abandonne 2,3% de son chiffre d'affaires en Grande-Bretagne (715 millions d'euros) et 6,9% aux Pays-Bas, soit 88 millions € de CA entre janvier et juin 2015.

#### Les consommateurs plébiscitent les outils de jardin à moteur.

Au travers de ses panels de distributeurs, le groupe d'études de marché GfK observe la plus forte progression de chiffre d'affaires du côté des outils de jardin à moteur (+5,3%, soit 1,4 milliard d'euros de CA). Les outils de jardin à moteur comprennent par exemple les taille-haies, les tronçonneuses et les tondeuses à gazon. Tout aussi prisés des consommateurs,

les outils d'arrosage du jardin ainsi que les outils de nettoyage (par ex. les pompes de jardin et les nettoyeurs haute pression). A l'issue du premier semestre 2015, en Europe, la croissance valeur atteint +4,2 %. Globalement, le chiffre d'affaires généré par ces catégories en Grande-Bretagne, en Allemagne, aux Pays-Bas, en France et en Belgique représente 510 millions d'euros. L'outillage à main, comme les bêches, les râteliers et les cisailles, a pour sa part connu une croissance plus modérée à 1,1 %, soit 225 millions d'euros de chiffre d'affaires, au cours du premier semestre 2015. Les produits de protection des végétaux ou engrais et le marché des produits chimiques des cultures de jardin ont enregistré un taux de croissance parmi les plus bas sur les 6 premiers mois de l'année (0,6%) portant le chiffre d'affaires à 1,5 milliard d'euros.

### **Les tondeuses robot et les outils sans fil restent des articles ayant un vif intérêt auprès des consommateurs.**

Les consommateurs attendent de leurs travaux de jardinage qu'ils soient plus faciles à réaliser. *« Et une partie des réponses se trouvent autour des tondeuses robot dont la popularité est croissante dans les pays audités. Cette catégorie de produit a enregistré une solide performance au premier semestre 2015 aussi bien en Europe avec 64% de croissance que dans l'Hexagone ou la progression du chiffre d'affaires a plus que doublé »* **examine Ariane FOKEM, Consultante Marketing chez GfK.** Le prix moyen d'une tondeuse robot était d'environ 1700 euros TTC au premier semestre 2015.

Les outils sans fil sont toujours en progression entre janvier et juin 2015. Ces derniers comprennent des outils à batterie tels que les coupe-bordures, les taille-haies et les tondeuses. *« On assiste à une nouvelle saison record sur ce marché en Europe. Le chiffre d'affaires de la catégorie a encore gagné 33% soit un chiffre d'affaires de 192 millions d'euros au premier semestre 2015. En France, la tendance est tout aussi dynamique avec +55% de croissance valeur sur cette période »* **ajoute Ariane FOKEM.**

### **Le barbecue est un art de vivre**

Résolument tendance, les barbecues au gaz ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 107 millions d'euros au premier semestre 2015 en France, en Grande-Bretagne et en Suisse. *« C'est une augmentation de 5,9 % par rapport à la même période l'année précédente. S'agissant des barbecues au gaz, on note également une montée en gamme du linéaire chez les distributeurs »* **ajoute Sabine GANDOUET, consultante chez GfK.**

Contre coup d'un très bon premier semestre 2014, le chiffre d'affaires des barbecues au charbon de bois recule de 2,8 % au premier semestre 2015 en France, en Grande-Bretagne et en Suisse. Dans ces pays, les consommateurs ont dépensé près de 72 millions d'euros pour acquérir un barbecue au charbon de bois. Le prix moyen TTC a connu une augmentation de 8%, selon les mesures des panels de distributeurs GfK.

Comme pour les barbecues au gaz, les consommateurs se tournent davantage vers les modèles haut de gamme lors de l'achat.

Les barbecues électriques ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 28 millions d'euros en Suisse et en France, soit une augmentation d'environ 9,7% pour le premier semestre 2015.

### **Des perspectives favorables pour la filière verte**

Outre les conditions météo exceptionnelles, l'appétence des consommateurs pour le jardin a soutenu la croissance de l'activité. Le jardinage est une tendance qui s'installe durablement et la filière verte a réussi à convertir les milieux urbains aux vertus du jardinage. Les nouveaux segments se multiplient et leur apport contribue efficacement à la croissance du secteur. Enfin, les efforts conjugués des distributeurs et des fabricants pour améliorer l'expérience d'achat, donnent des résultats : les consommateurs ont bien plus de plaisir à fréquenter les surfaces de ventes et de nouvelles populations de consommateurs se déplacent en magasins. Tous ces indicateurs de vente, comme de comportements de consommation, préfigurent une année 2015 profitable à l'ensemble de la filière sur de nombreux territoires.

### **Précisions méthodologiques**

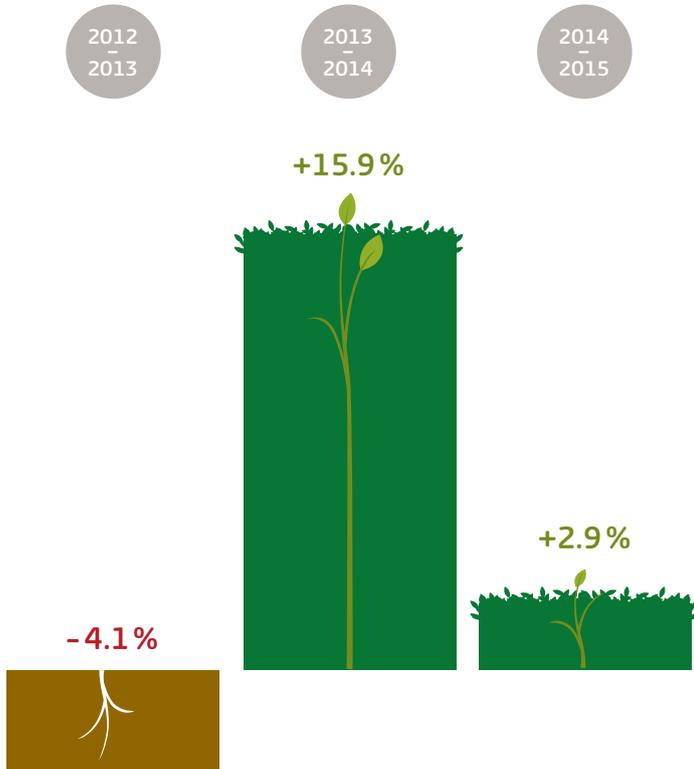
S'appuyant sur ses panels de distributeurs, GfK collecte, analyse et enrichit les données de ventes (sorties caisses) dans plus de 100 pays à travers le monde.

# EU GARDENING AND BBQ MARKET

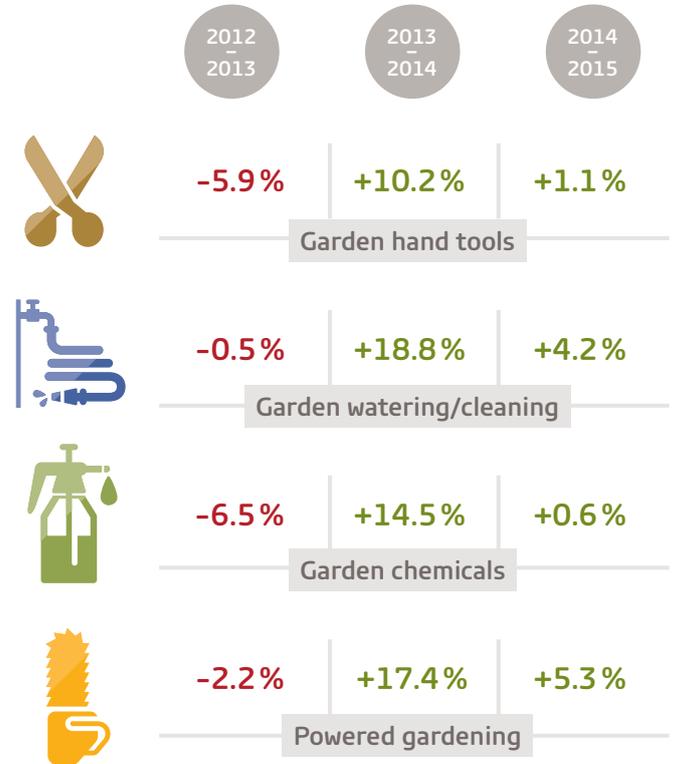


Developments for EU5 (Germany, Great Britain, Netherlands, France, Belgium)

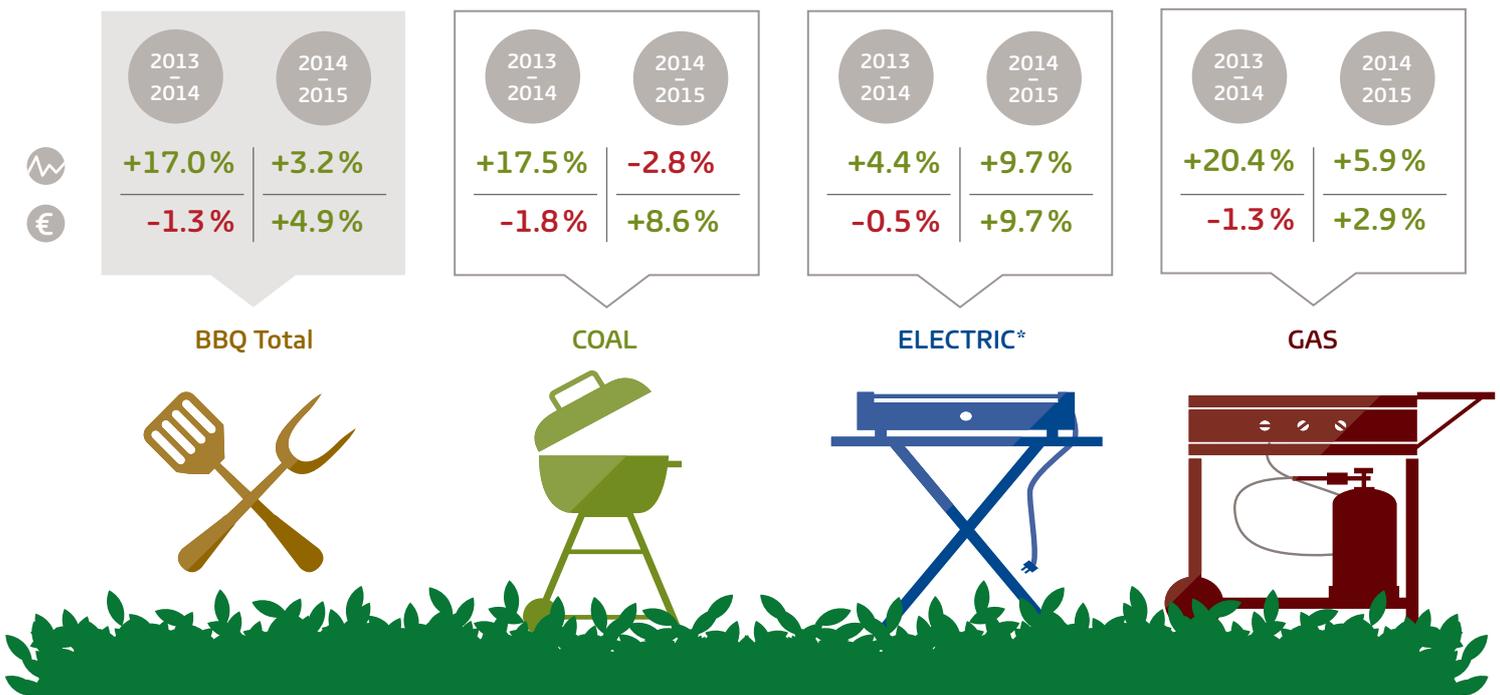
## Gardening market developments



## Developments per product segment



## BBQ market developments for EU3 (Great Britain, Switzerland, France)



For more information on EU gardening trends, please contact Julia Bleu – [Julia.Bleu@gfk.com](mailto:Julia.Bleu@gfk.com)

Source: GfK Point of Sales Tracking; all data for EU5 (Germany, Great Britain, Netherlands, France, Belgium), except BBQ for EU3 (Great Britain, Switzerland, France)  
 All data in sales value ±%; for BBQ also average price EUR ±%; half-yearly data (Jan-Jun)

\* EU2 (Switzerland, France)



**Téléchargez l'infographie sous PDF en cliquant [ici](#)**

N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'un entretien téléphonique avec un consultant GfK.**

### **A propos de GfK**

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez [www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr) et suivez nous sur [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK)

### **Contact Presse**

GfK  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes  
France

Raphaël Couderc  
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57  
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

[LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#) | [G+](#)