



Insight Talk France 2024

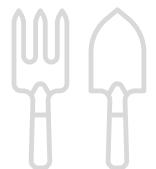
#Dynamiques
2023

Un décrochage marqué en volume

Evolution % CA – Vol | jan-déc 2023 vs jan-déc 2022



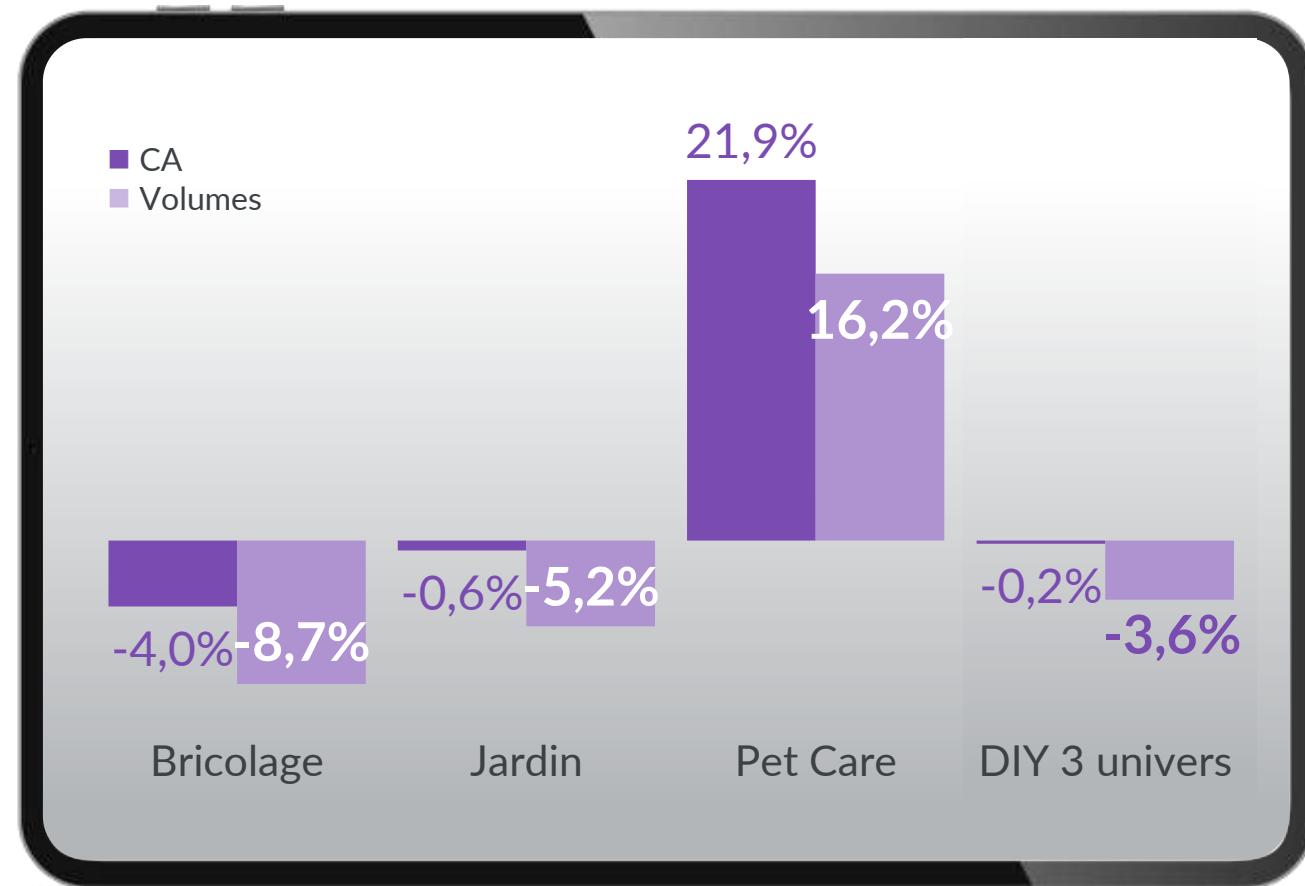
Bricolage
5,3 Mds €



Jardin
3,1 Mds €

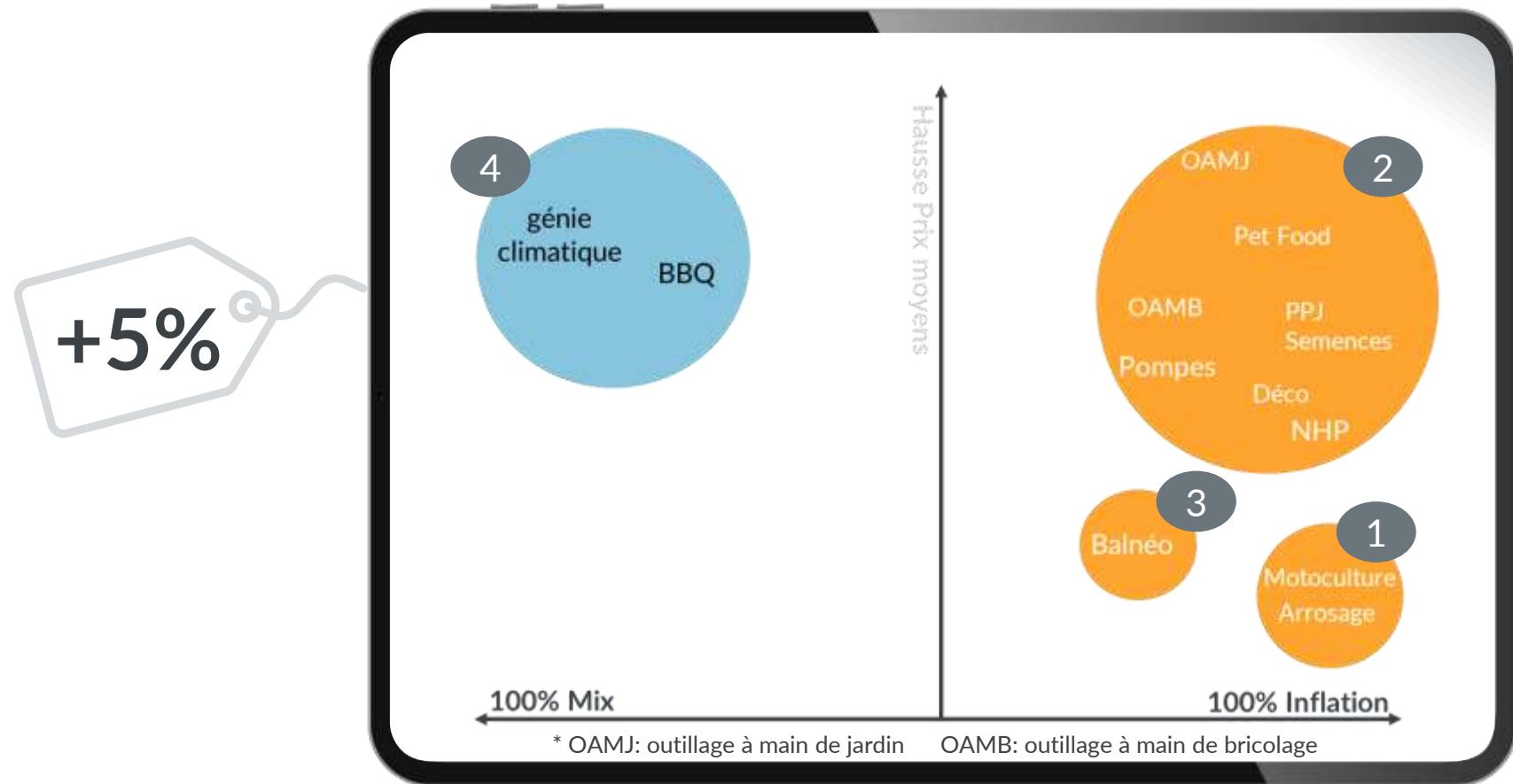


Pet Care
1,3 Mds €



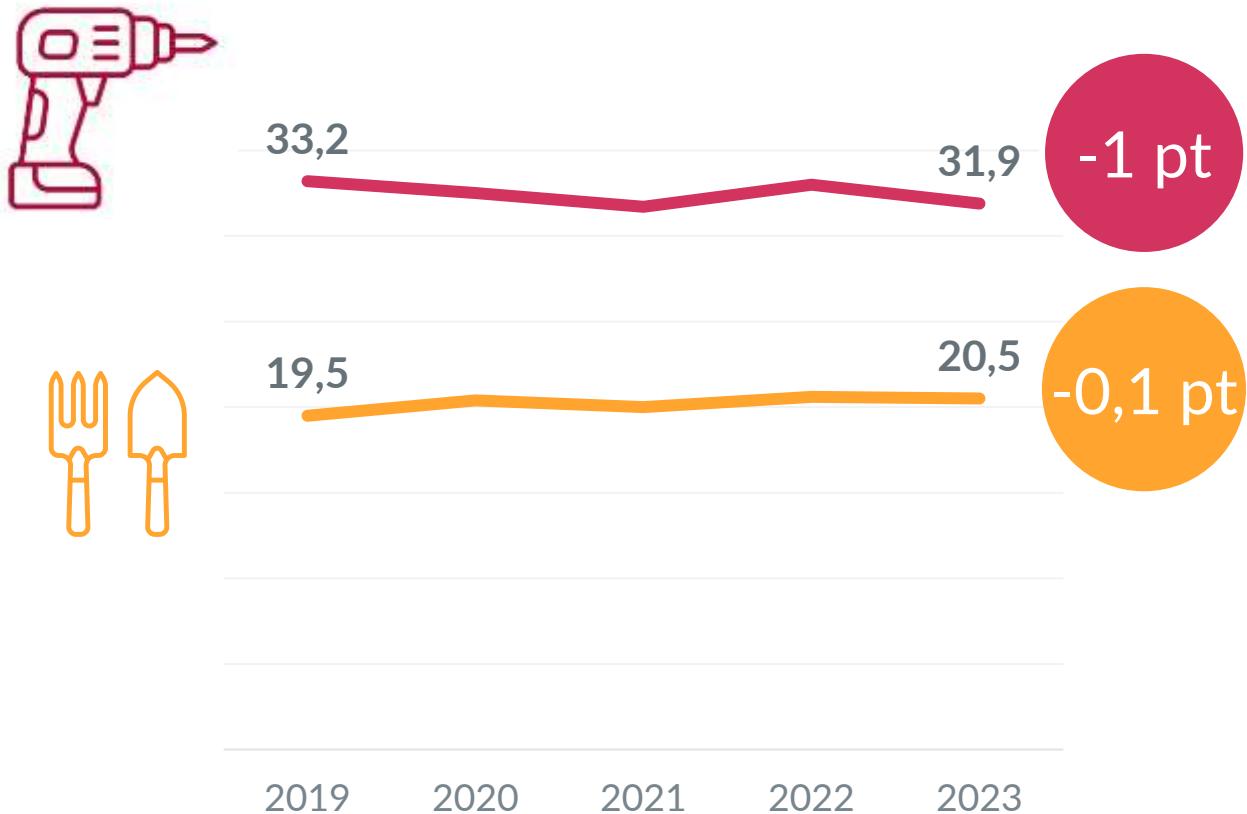
L'essentiel des hausses de prix est porté par un effet d'inflation

Prix moyen Jardin ou Bricolage 2023 vs 2022

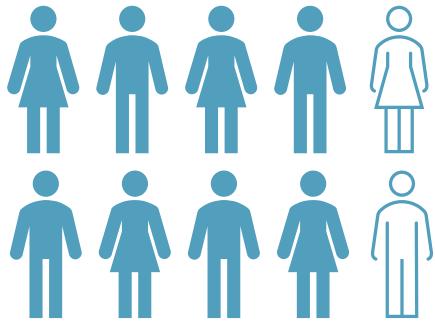


Brico / Jardin : la recherche annoncée de « bas prix » ne se traduit pas en MDD

Evol Poids Valeur MDD 2019 – 2023 et évol PDM 2023 vs 2022



Des pratiques stables mais une baisse de la fréquence

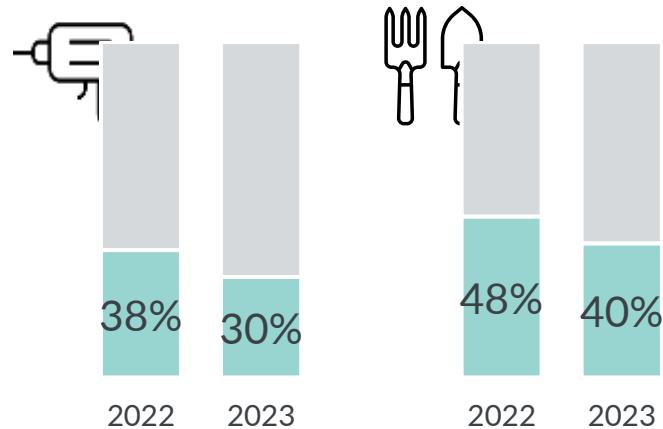


8 Français /10

ont pratiqué le jardinage en 2023

Autant pour le Bricolage

■ 1 à pls fois /
semaine



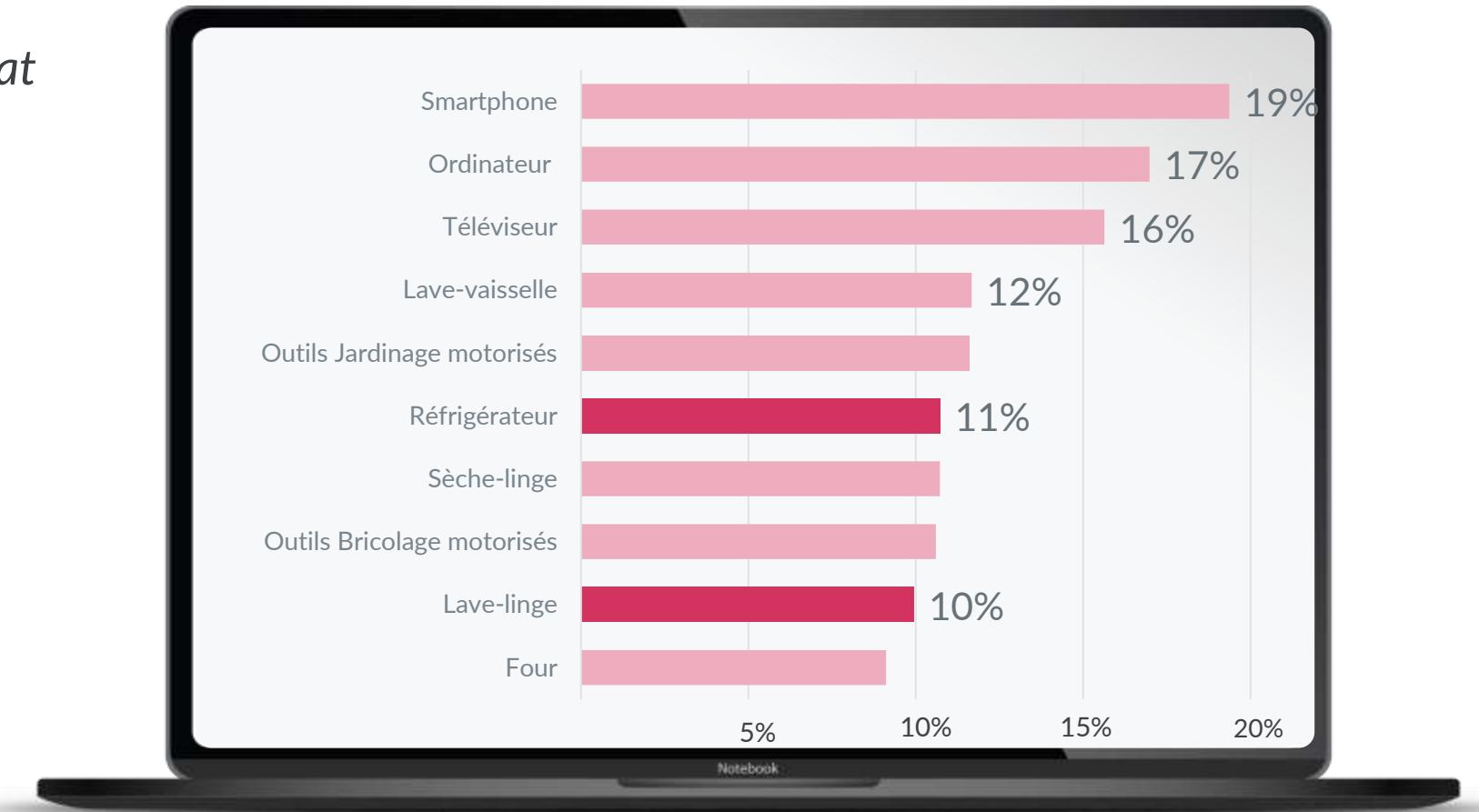
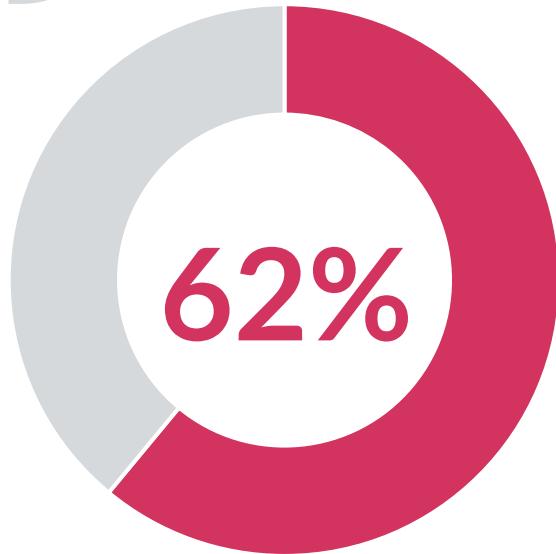
6 Français / 10 ont dû renoncer à un achat de biens durables

Renoncement du fait de l'inflation – Jan 2024



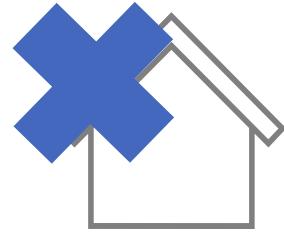
99

*Renoncement à un achat
du fait de l'inflation*



1 projet immobilier / 3 reporté ou annulé du fait du contexte économique

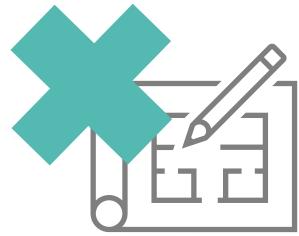
Impact du contexte économique sur les projets personnels



Achat
immobilier

28%

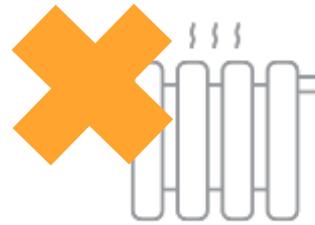
des projets
reportés ou
annulés



Gros travaux
(extension, extérieurs...)

29%

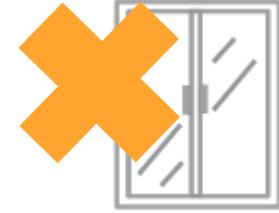
des projets
reportés ou
annulés



Travaux
Chauffage

29%

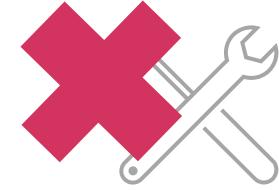
des projets
reportés ou
annulés



Travaux
Isolation

27%

des projets
reportés ou
annulés



Rénovation
Cuisine / SdB

28%

des projets
reportés ou
annulés

Le marché Home Improvement à l'équilibre en 2023

Données NFR – Tendances Tous Rayons | Taux croissance % valeur vs 2022



GSB : 21 Mds €

+1%

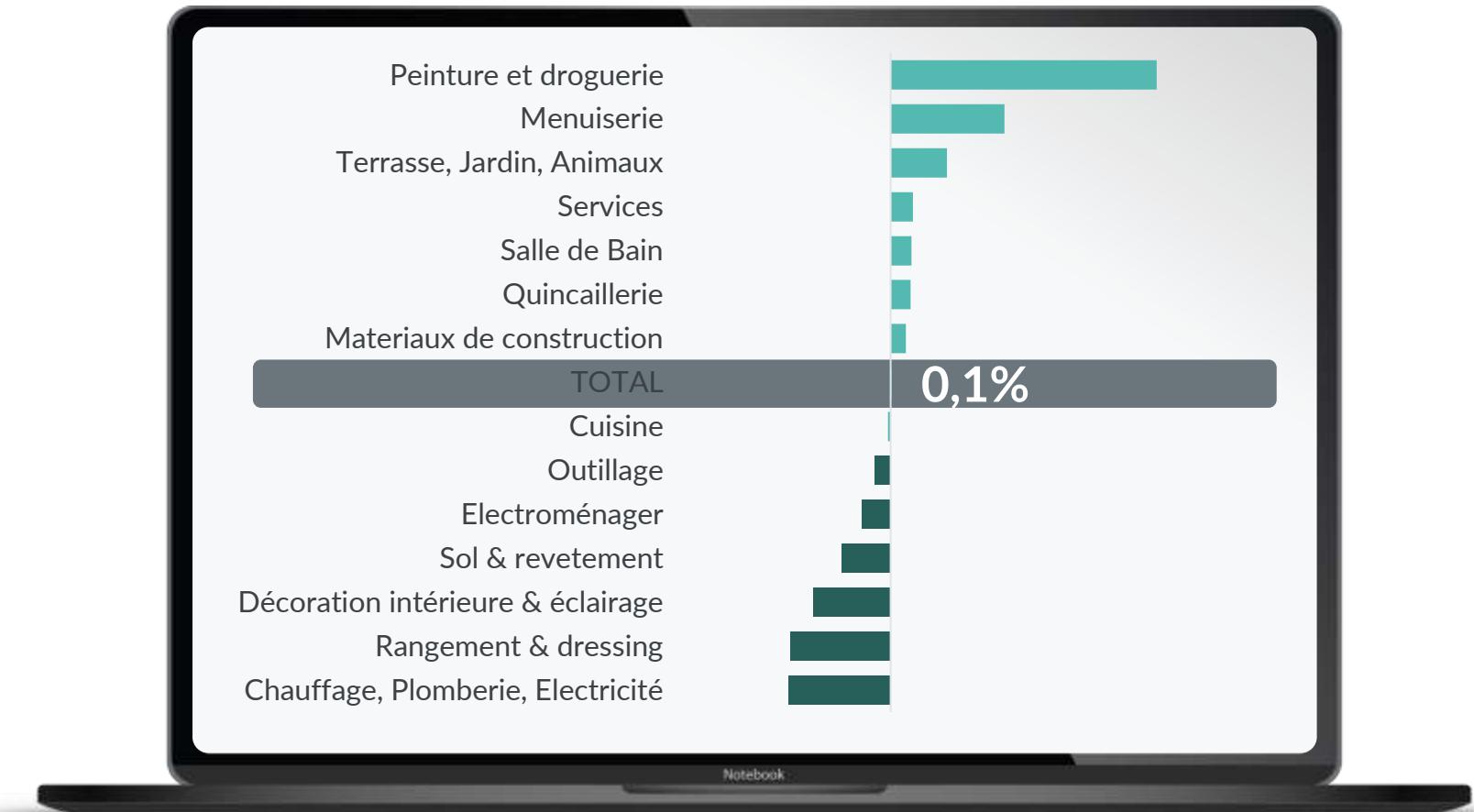
GSA : 26 Mds €

& Pure Players Généralistes

-1%

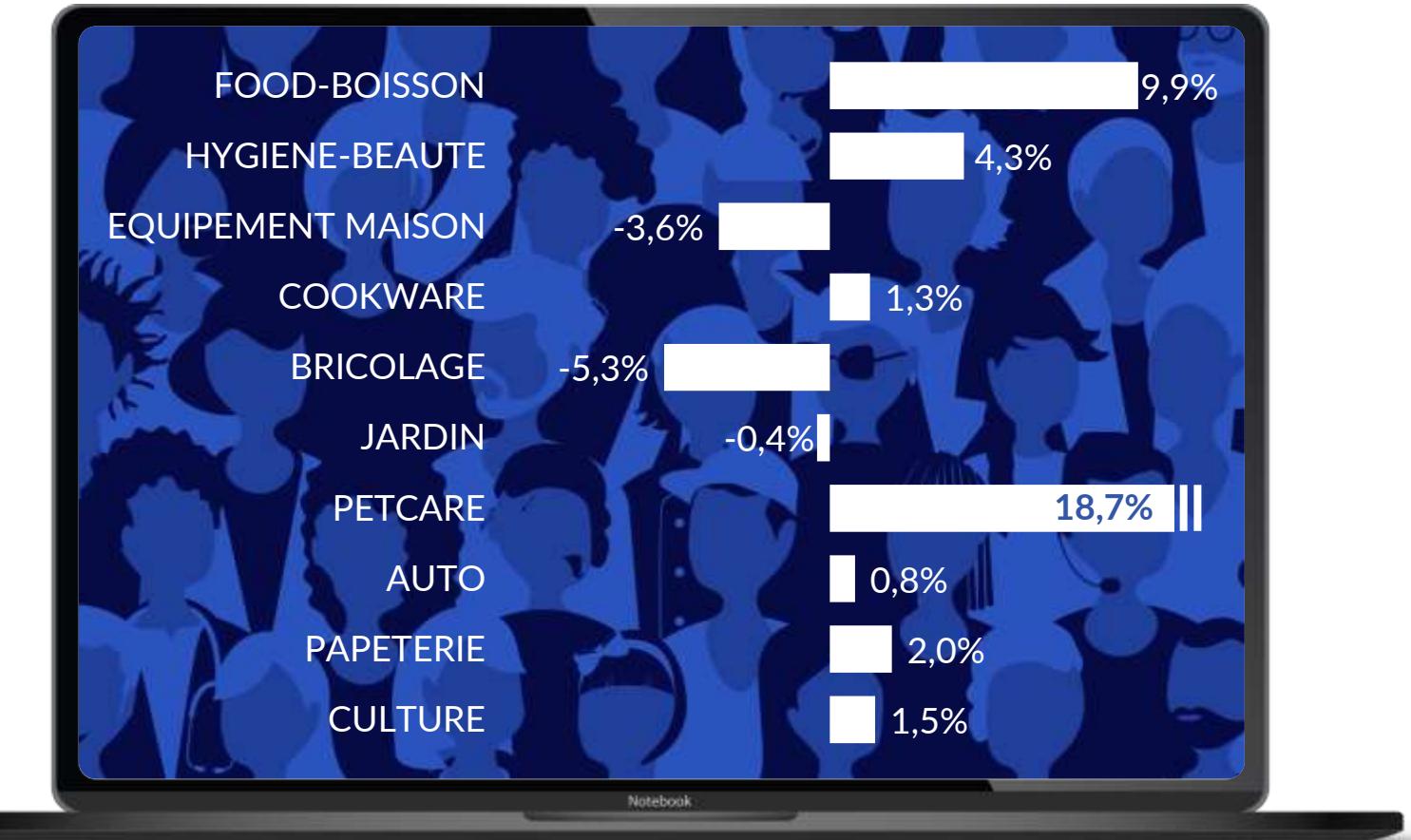
Jardinerie &
LISA : 3 Mds €

-0%



■ Grande Conso Food/Near-Food 134 Mds €

■ Non-Alimentaire 45 Mds €



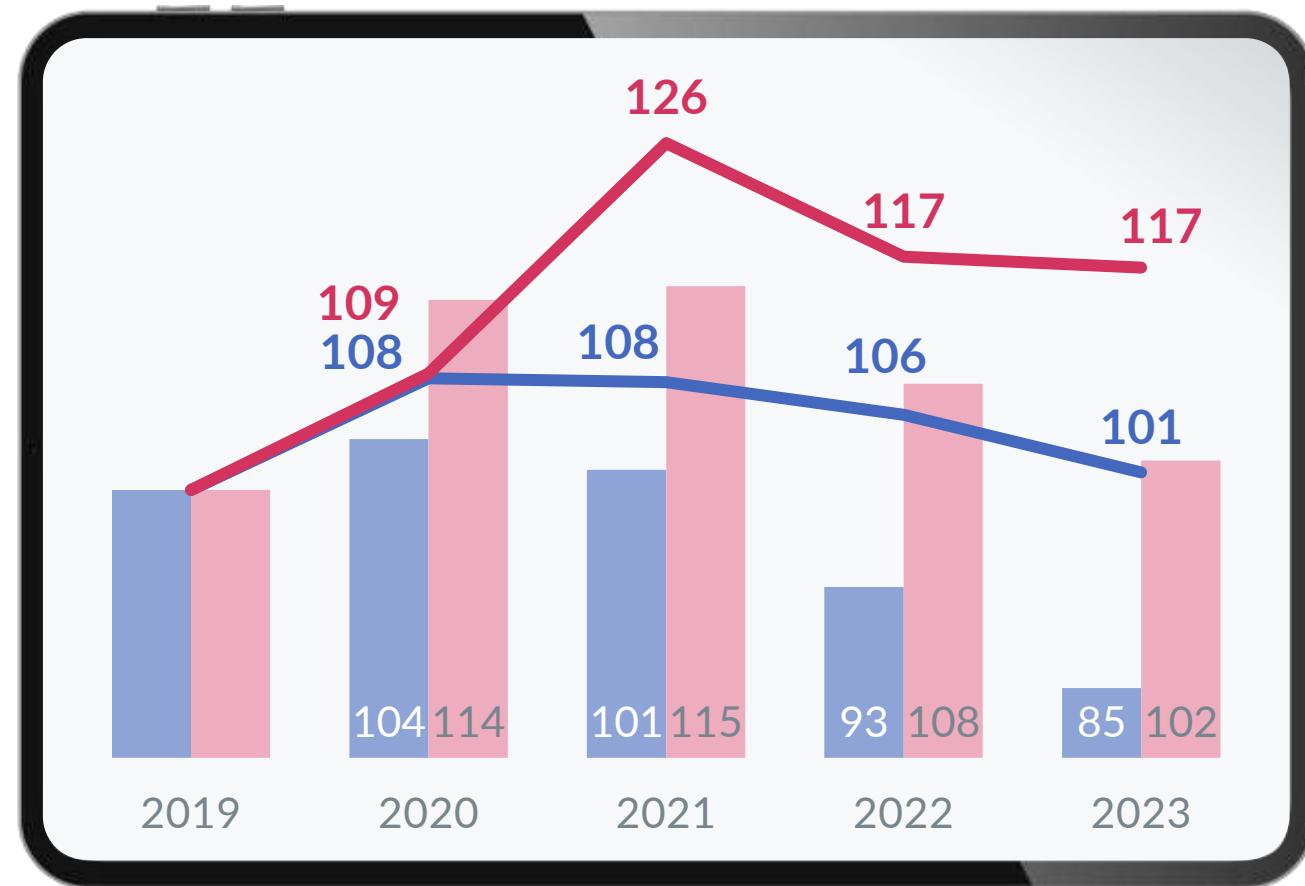
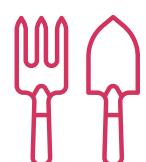
Vision 5 ans : croissance de CA générale & décrochage Volume en Bricolage

CA et Volume - Base 100 : 2019



■ Bricolage : Indices CA & Volume

■ Jardin : Indices CA & Volume

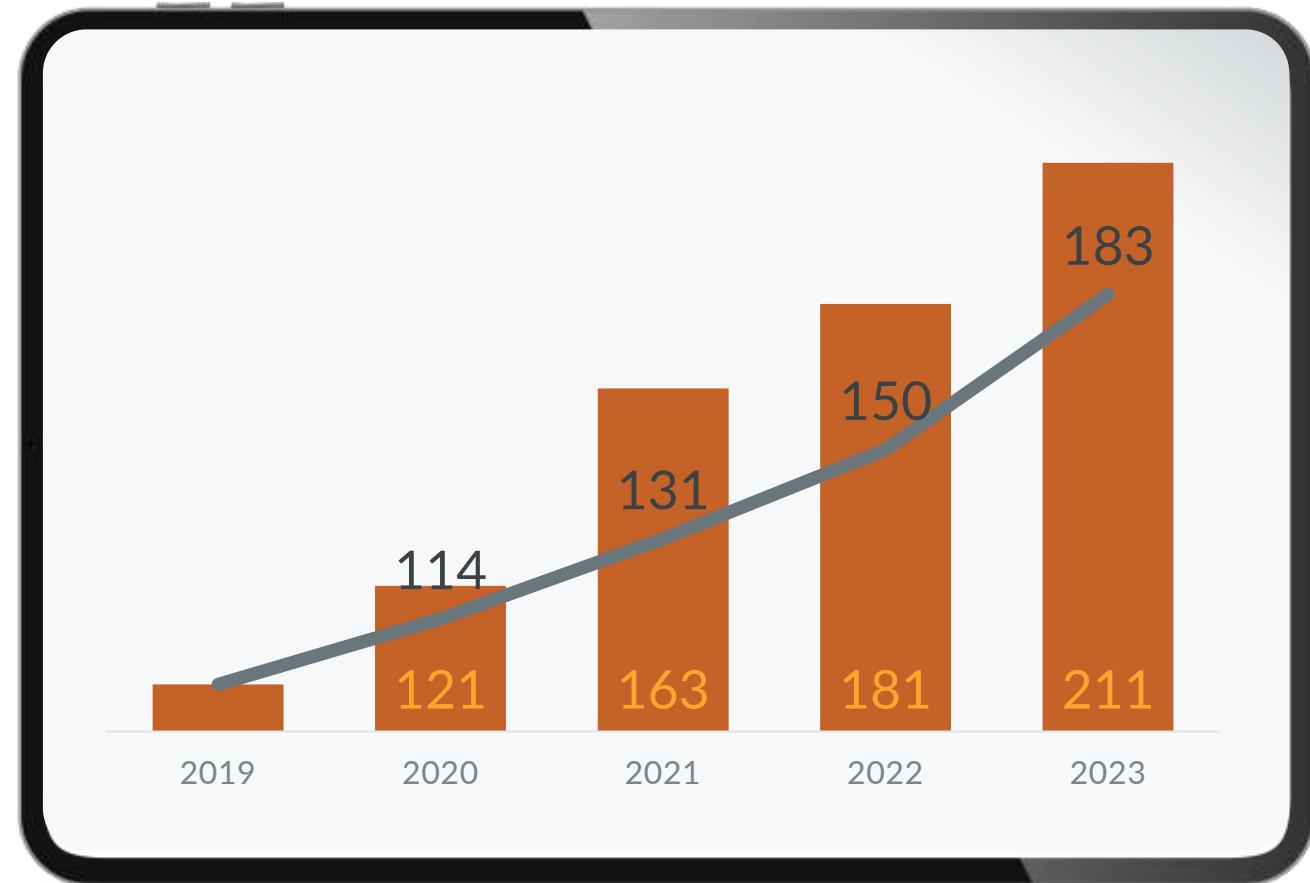


Le Pet food: relai de croissance important en circuits spécialisés

CA et Volume - Base 100 : 2019



- Indices volume
- Indices valeur

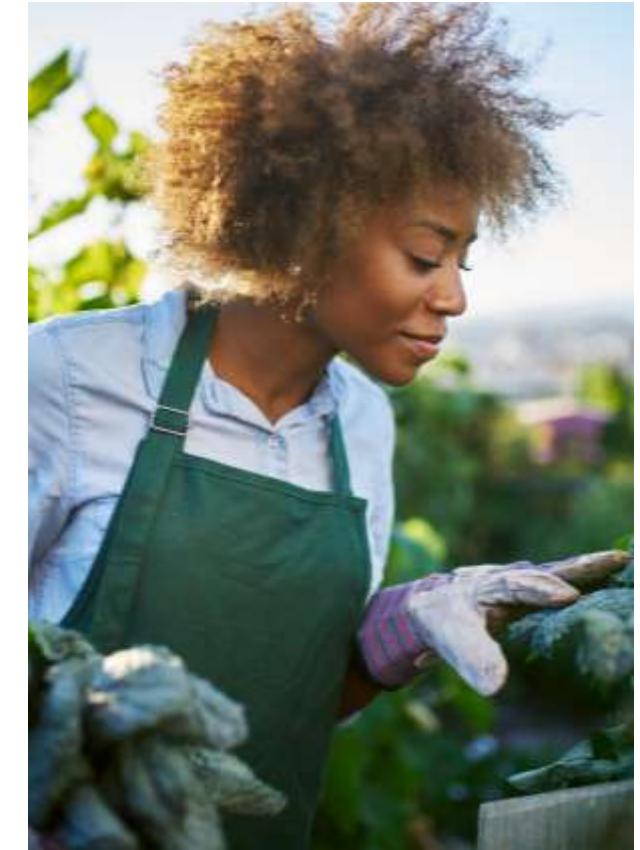
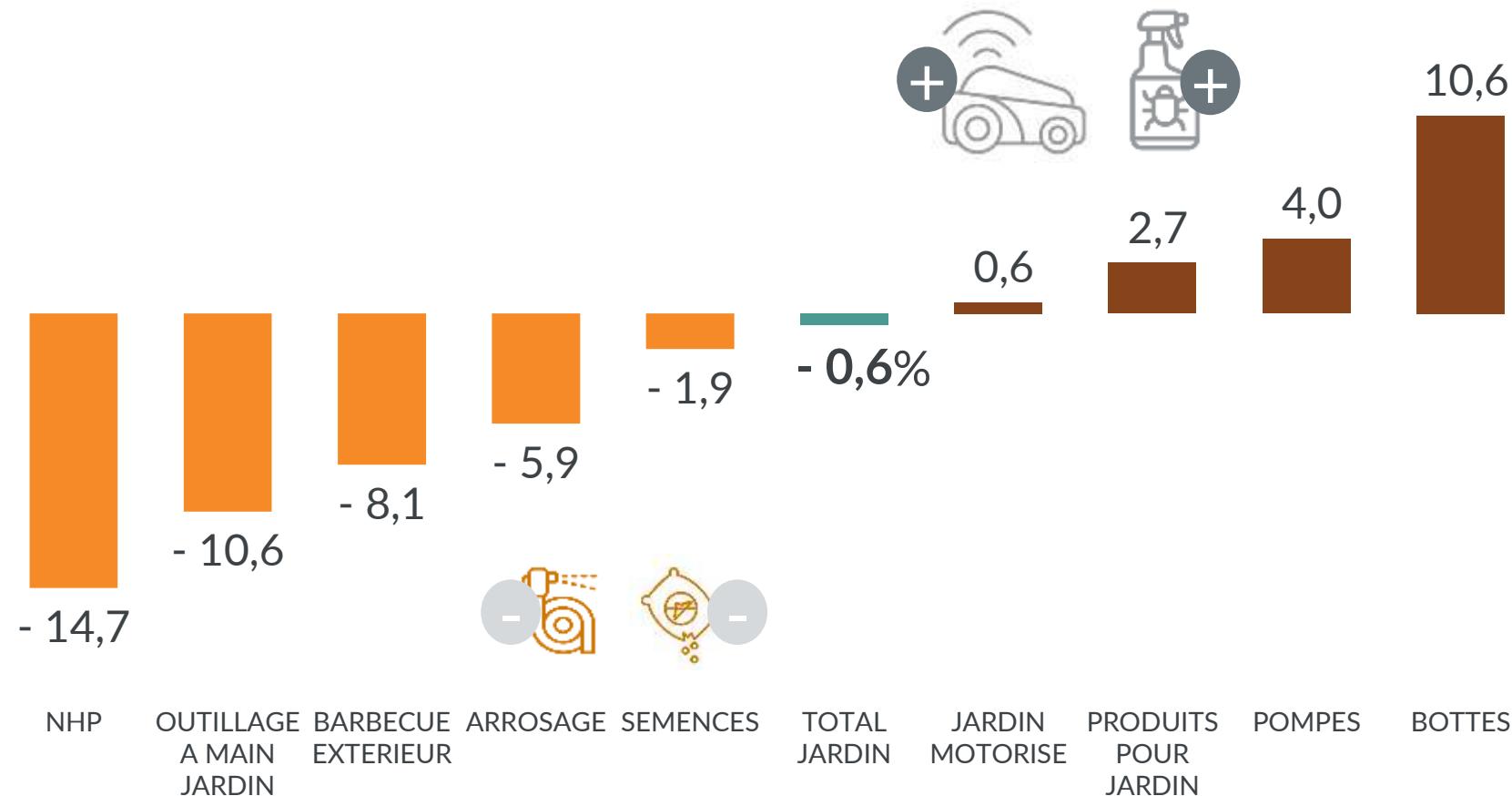


A large, solid orange parallelogram is positioned on the left side of the slide. It is oriented at approximately a 15-degree angle, pointing from the bottom-left towards the top-right. The parallelogram's vertices on the left are sharp, while the right side is a smooth curve.

Focus Univers & Circuits

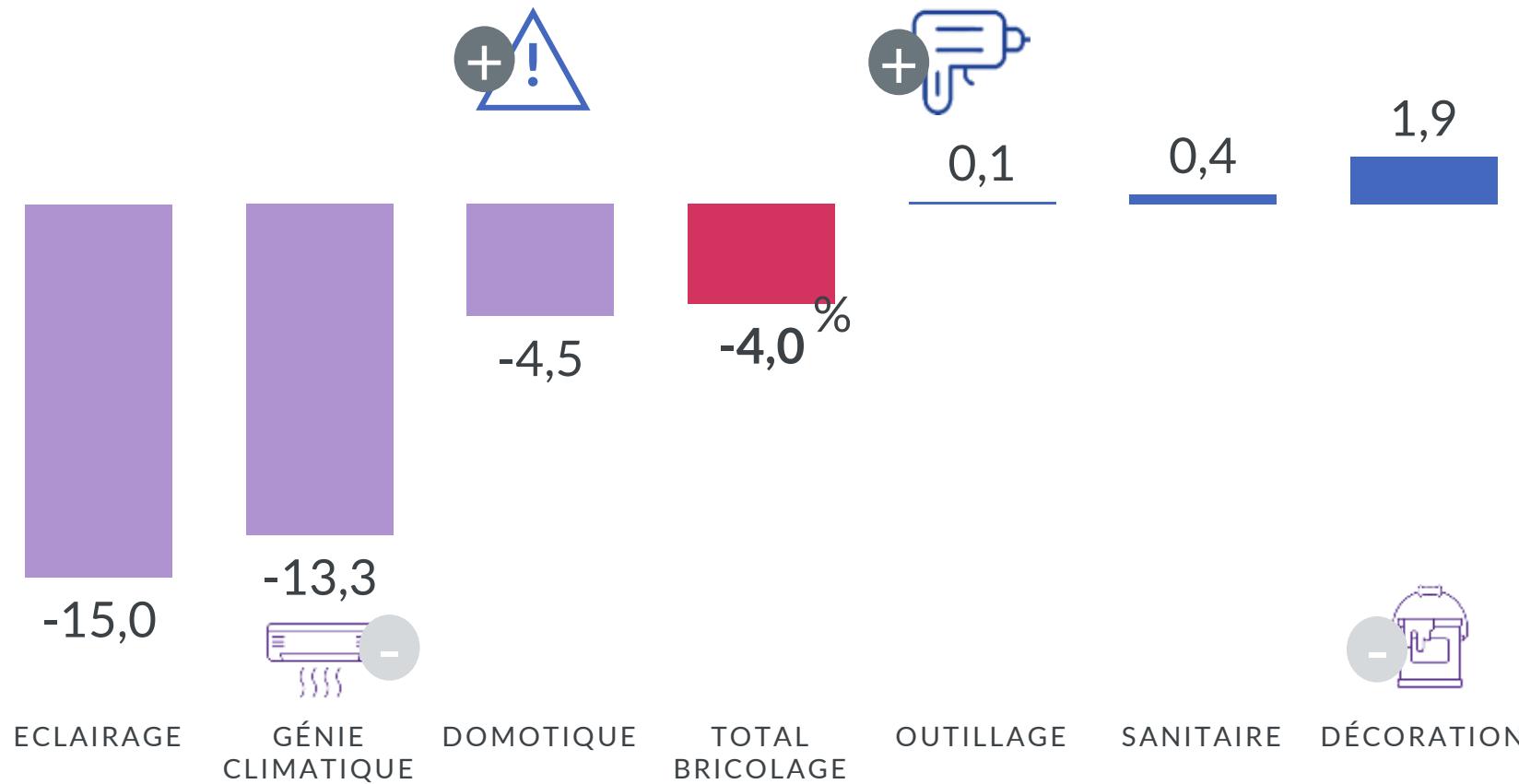
Jardin : des catégories très météo-dépendantes

Total Jardin – Tendances Univers | Taux croissance valeur vs 2022



Bricolage : l'éclairage et le génie climatique tirent le marché vers le bas

Total Bricolage – Tendances Univers | Taux croissance valeur vs 2022



Top/Flops produits

Total Marché en CA



Friandise
Chat
+39%



Vissage
électrique
+32%



Alarme
+21%



Tondeuse
robot
+17%



Absorbeur
humidité
+14%



Insecticide
ménager
+13%



Arroseur
-30%



Climatisation
-27%



Grand
Outils
Jardin
-23%



Taupicide
-17%



Peinture
intérieure
(lignes pro)
-15%

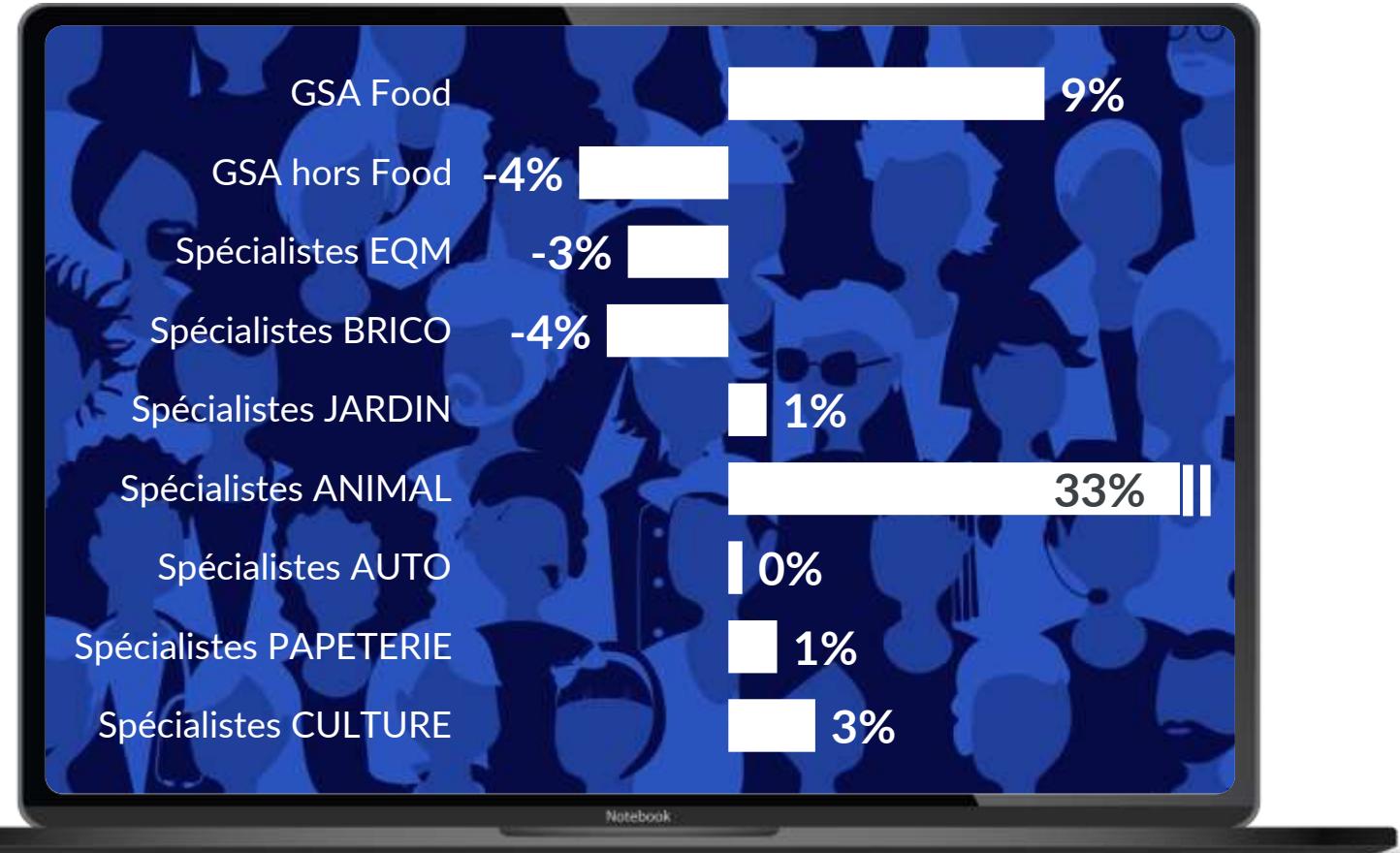


Engrais
gazon
-14%



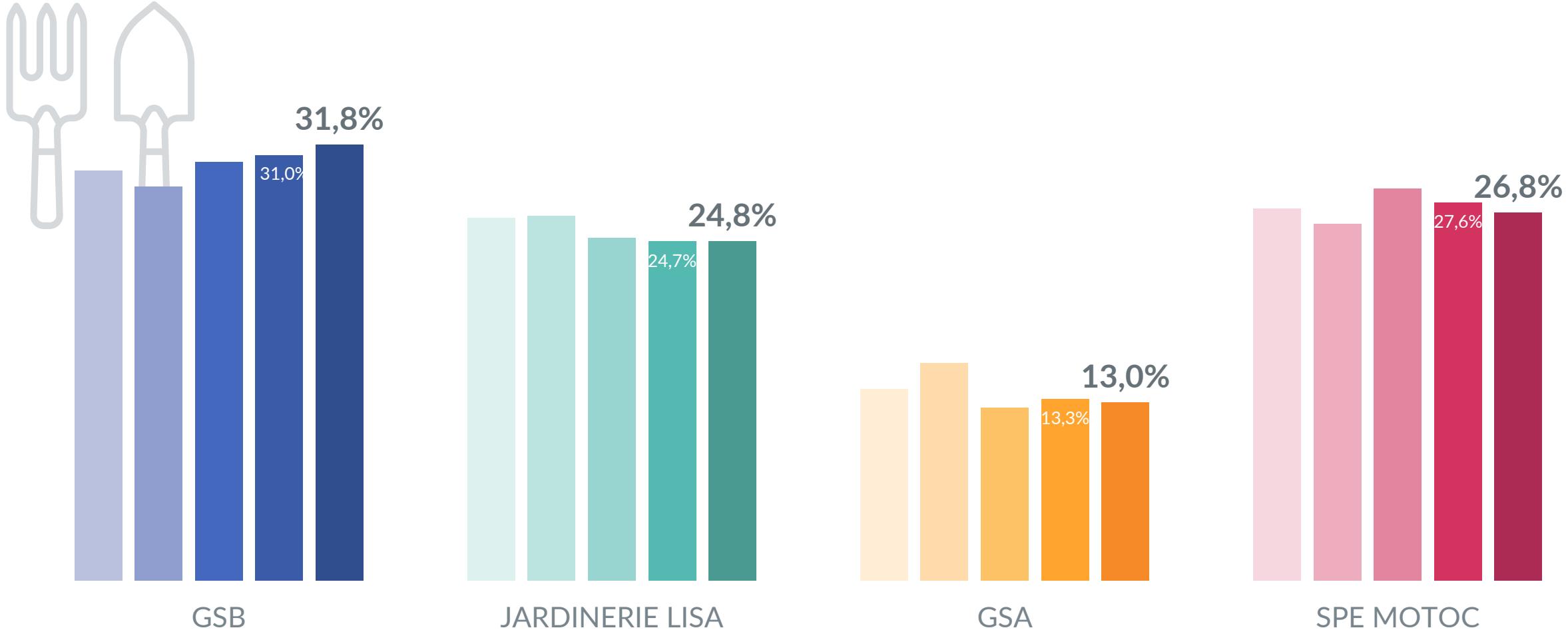
■ Grande Conso
Food/Near-Food
134 Mds €

■ Non-Alimentaire
45 Mds €



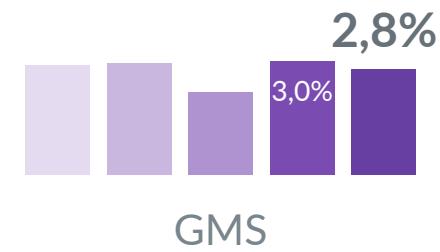
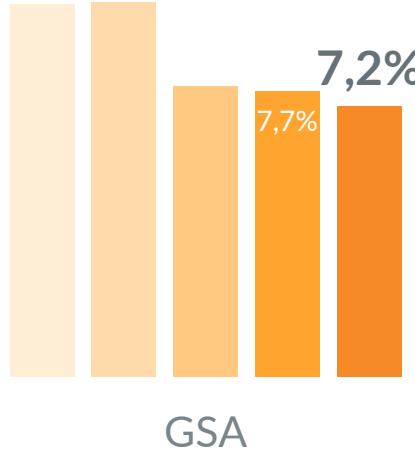
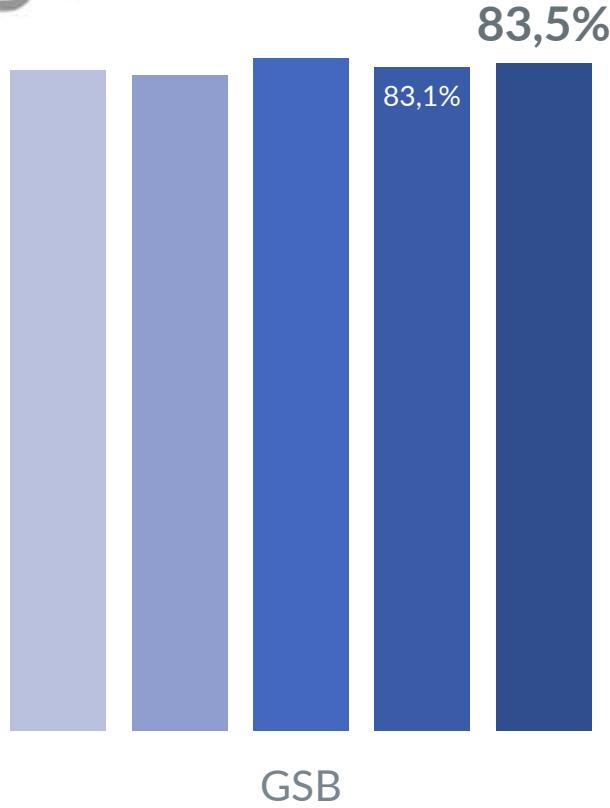
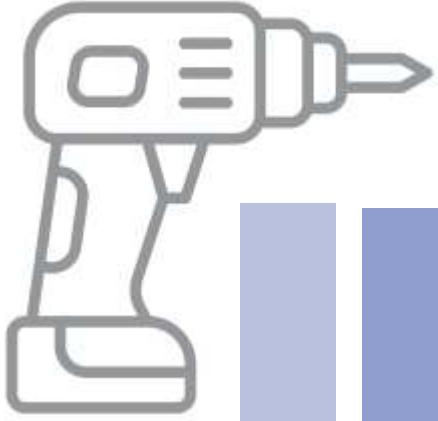
Circuits Jardin : statut quo général et reprise de la progression GSB

Total Jardin – Poids CA par circuit. 2019 / 2023



Circuits Bricolage : hyper-concentration en GSB

Total Bricolage – Poids CA par circuit. 2019 / 2023





An NIQ
Company

Informations solutions & Démo individuelle

fr@gfk.com

Les données sont issues des bases GfK Market & Consumer Intelligence | France,
suivi des ventes « sorties de caisse » de produits Bricolage-Jardinage
en circuit Grand public (généralistes & spécialisés) et PetCare en circuits spécialisés.

Cette présentation est à usage strictement interne et documentaire.
**Elle ne peut être publiée, ni partagée à des tiers, que ce soit partiellement ou
dans son intégralité, sans une autorisation préalable et explicite de la part de
GfK, dans le respect des copyrights et de la déontologie des études.**

Adressez votre demande précisant le contexte et insights sélectionnés à
magali.saint-laurent@gfk.com