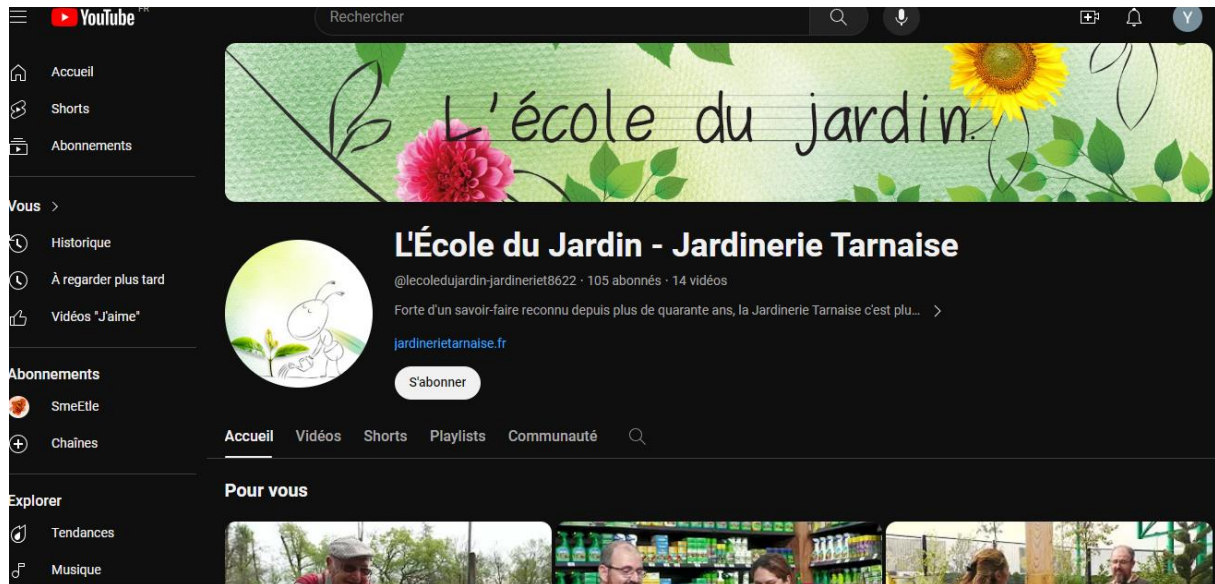


Annexes :

Annexe 1 :



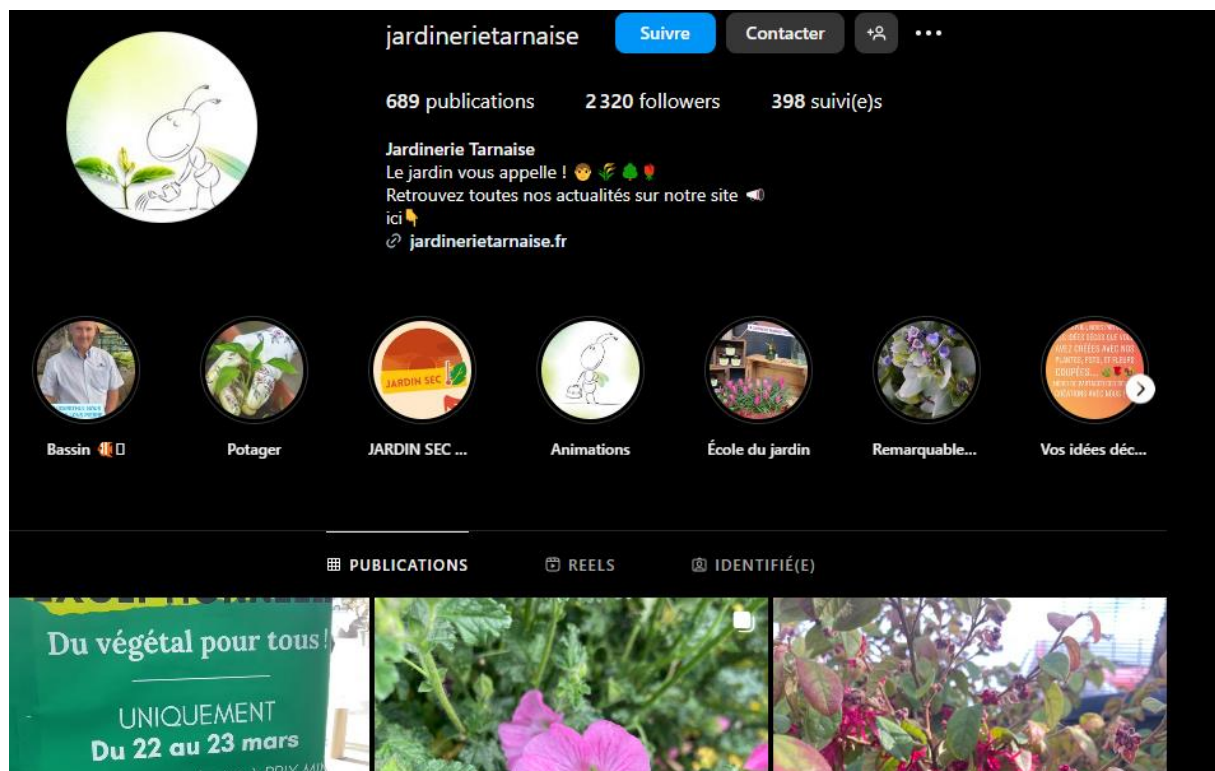
YouTube de la Jardinerie Tarnaise

<https://www.youtube.com/channel/UCEnmQnTWvjbLRHLvUN9gA6w>



Facebook de la Jardinerie Tarnaise

<https://www.facebook.com/JardinerieTarnaise81>



Instagram de la Jardinerie Tarnaise

<https://www.instagram.com/jardinerietarnaise/>



Site Internet de la jardinerie Tarnaise

<https://jardinerietarnaise.fr/>

Annexe 2 :



A NielsenIQ Company

SolutionsInsightsData PartnershipCarrièresÀ propos de GfKPress

ContactLoginFR

Après une période de haute activité post-pandémie, les marchés du bricolage-jardinage retrouvent un rythme plus calme. En comparaison avec 2022, les univers audités par GfK France sont en baisse : 5,3 milliards d'euros en Bricolage (-4%), 3,1 milliards d'euros en Jardinage (-1%). De leur côté, les ventes PetCare restent très dynamiques, avec un chiffre d'affaires de 1,3 milliards d'euros à +22%.

« Plusieurs faits permettent d'expliquer et relativiser ce recul, explique Peter Mackey, directeur d'études Consumer Intelligence de GfK. D'une part, si les pratiques du Jardinage et du Bricolage restent élevées (8 Français sur 10), leur fréquence diminue par rapport aux années 2020 / 2021. D'autre part, le contexte économique se ressent dans les projets de travaux et immobiliers des consommateurs. Presque 1/3 des ceux-ci ont été annulés en 2023 pour cette raison, depuis l'achat d'un bien immobilier à la réalisation de travaux d'extension / isolation ou encore de rénovation de pièces. »

Les marchés ne sont donc pas en crise profonde mais reflètent des changements de priorité ponctuels des Français liés à une conjoncture économique défavorable. De plus, les marchés du Home Improvement ne sont pas monolithiques et certaines catégories sont restées dynamiques en 2023.

Dans l'univers Jardin, fortement météo-sensibles, les produits d'arrosage et les barbecues montrent des ventes en baisse respective de chiffre d'affaires de -5,9% et -8,1% à relier avec une période de pluie importante au moment des mises en rayon & achats. A contrario, les bottes (+10,6% en CA), les pompes (+4%) et les Produits pour Jardin (+2,7%) – dont les insecticides ménagers – ont vu leur ventes boostées. Les équipements de jardin motorisés sont, eux, légèrement positifs en CA à +0,6%. « Les schéma d'achat sont très similaires à l'année dernière, commente Marcus Turlet, consultant Retail Intelligence de GfK. Les grandes Surfaces de Bricolage (GSB) restent le pilier du marché et reprennent leur progression régulière, remarquée avant la pandémie. Elles captent 4€ sur 10 dépensés en produits de Jardin, selon le périmètre



06.02.2024

2024: les consommateurs en attente de durabilité et abordable premium

→ Afficher tous les communiqués de presse

CONTACT US

<https://www.gfk.com/fr/press/brico-jardin-recul-du-ca-limite>

Marché des produits du jardins

Annexe 3 :

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/jardinage-linflation-pese-sur-les-achats-de-plantes-et-de-fleurs-1947128>

Marché des plantes

RECHERCHER

LES ECHOS

se connecterS'abonner

À la uneIdéesÉconomiePolitiqueEntreprisesFinance - MarchésBourseMondeTech-MédiasStart-upRégionsPatrimoineLe Mag W-E



Si le nombre de foyers acheteurs est resté stable (21 millions), le budget et les quantités sont à la baisse. Les amateurs de fleurs ou potagers ont ainsi acheté 5 végétaux de moins en moyenne l'an dernier pour 116 euros, un recul de 12 %.

Les prix, eux, ont poursuivi leur hausse (un mouvement engagé depuis 2019), en progression de 8 % en moyenne.

Le marché affiche du coup un plongeon de 11 % en volume en 2022, et de 15 % en valeur, à 2,7 milliards d'euros. « Les quantités achetées sont en forte baisse, impactées d'abord par la crise du Covid, puis l'inflation, indique l'étude. Les sommes dépensées, elles, résistent et reviennent au niveau de 2020 », note l'étude.



Biodiversité : un fonds pour financer la protection des forêts françaises

En savoir plus



imaginE
BRAND STUDIO

Le rendez-vous WWF à retrouver sur lesechos.fr

Annexe 4 :

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F34877#:~:text=%C3%80%20partir%20du%201er,%C3%A0%20ces%20fondations%20ou%20associations.>

Interdiction des ventes de chiens et de chats en France



Annexe 5 :

Quatre réglementations distinctes en fonction de l'usage auquel ils sont destinés régissent l'utilisation des substances actives et des produits considérés comme pesticides :

**Cadre réglementaire des substances et produits
phytopharmaceutiques**

Ecophyto : un plan d'action national

Cadre réglementaire des substances et produits biocides

**Cadre réglementaire des antiparasitaires à usage humain ou
vétérinaire**

Source : <https://www.ecologie.gouv.fr/pesticides-pollutions-diffuses>

Annexe 6 :

<https://www.lejournaldici.com/actualite/a-la-une/lucie-ouvre-le-magasin-de-fleurs-dont-elle-revait>

Ouverture d'un magasin de fleurs proche de Castres

Lucie ouvre le magasin de fleurs dont elle rêvait

Lucie Bonnet, 40 ans, a grandi à Roquecourbe. JDI (E.L.)

Lucie Bonnet a 40 ans. Elle a grandi à Roquecourbe et vit aujourd'hui à Lacrouzette. Après un CAP fleuriste puis un BEP, un Bac en production horticole et enfin un BTS vente en jardinerie, la quadragénaire a travaillé pendant dix ans à la Jardinerie tarnaise, dans la ville sous-préfecture.

Mais pendant ce temps, Lucie rêvait de devenir fleuriste et d'ouvrir son propre commerce. Elle a finalement concrétisé son rêve, créant un magasin de fleurs à Roquecourbe, à l'emplacement de l'ancienne pharmacie, route de Castres. *«Le local s'y prêtait; il est spacieux et lumineux», commente-t-elle. Les deux entrées apportent une lumière particulière mettant en valeur mes fleurs.»*

Pour la couleur des murs, elle a choisi un vert tendre, qui sublime aussi ses produits. Son compagnon a confectionné les présentoirs en bois où désormais les fleurs ont remplacé les médicaments.

OFFRE DÉCOUVERTE
3 MOIS DE LECTURE
18,00 €
seulement

JE M'ABONNE

VOTRE HEBDO

numéro du 21 Mars 2024

ÉDITION ALBI

LE JOURNAL D'ICI

LES JEUNES FÉLICITÉS PAR MAUD FONTENAY

AVEC LES FORÊSTIERS POUR LA TOILETTE HIVERNALE DE LA GREGOIRE

Une collection de timbres du IIIe Reich vendue aux enchères

Annexe 7 :

<https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/animaleries-chiffres>

Marché de l'animalerie

D'AFFAIRES

Le marché des animaux de compagnie a enregistré une forte croissance de près de 48% au cours de la dernière décennie.

Cette croissance est due, d'une part, à l'augmentation du nombre d'animaux de compagnie et, d'autre part, à la montée en gamme des produits.

Ainsi, le chiffre d'affaires des animaleries représente près de 5 milliards d'euros en France, sans compter les transactions liées à l'achat d'animaux dans les refuges ou entre particuliers.

Sur ce marché en pleine croissance, le segment alimentaire pèse, à lui seul, environ 3,5 milliards d'euros, soit près de 75% du marché.

Les animaux de compagnie sont désormais de plus en plus considérés comme des membres à part entière de la famille. De ce fait, les français consacrent, chaque année, plus d'argent pour prendre soin de leurs petits compagnons.

Annexe 8 :

<https://partenaire-bpi.sudouest.fr/saint-valentin%E2%80%AF-combien-rapporte-la-fete-des-amoureux-en-france/>

Pourcentage du CA des fleuristes pendant la Saint-Valentin

[Aller sur sudouest.fr](#)



Contenu proposé par **bpi**france

Parole d'entrepreneurs

Toute l'actualité

BPI BigMedia

TRIBU, le réseau

amoureux en France ?

L'amour est-il un business comme un autre ? Si vous pensez que non, ne lisez pas ce qui va suivre. On ne voudrait pas casser l'ambiance pour les 64 % des Français qui célèbrent la Saint-Valentin chaque année (selon une étude réalisée par le ministère de l'Intérieur), mais cette dernière représente avant tout une énorme machine à cash. En 2023, nos concitoyens avaient d'ailleurs prévu de dépenser 142 € en moyenne pour l'occasion (+ 28 € par rapport à 2022), d'après un sondage mené par l'institut YouGov. Et malgré l'inflation galopante, 2024 promet d'être du même acabit.

Fleurs, restos et bijoux, le combo gagnant

Sur le podium des fêtes commerciales les plus lucratives pour l'économie tricolore, on retrouve Noël, Halloween et... la Saint-Valentin. Un triptyque famille-enfants-couple concentré sur quatre mois qui permet d'attirer le chaland hors de chez lui dans une période clairement propice à l'hibernation. Placée juste après la fin des soldes d'hiver, autre marronnier cher aux commerçants, la fête des amoureux représente un enjeu commercial majeur pour de nombreux secteurs.

Les fleuristes réalisent par exemple jusqu'à 10 % de leur chiffre d'affaires sur la seule journée de la Saint-Valentin. Les fleurs représentent l'achat iconique du 14 février, les Français dépensant en moyenne 45 euros pour un bouquet ce jour-là. Autre grand gagnant du Loto chaque année : les grandes surfaces. 20 % des fleurs vendues en France, les fameux « bouquets bulles », placés au rayon fruits et légumes, proviennent des Intermarché, Leclerc et autre Carrefour. Romantique. Pas en reste, le secteur de la restauration se frotte lui aussi les mains lorsque la mi-février pointe le bout de son nez. Les restaurants affichent bien souvent complet pour l'occasion puisque, en moyenne, un couple sur deux dine à l'extérieur pour la Saint-Valentin. Franchouillard, asiatique ou italien, les restaurateurs enregistrent en moyenne six fois plus de réservations qu'une journée classique. Enfin, les bijoux arrivent en tête des achats masculins pour la Saint-Valentin, d'après une étude Altics de 2017, les créations reprenant la forme d'un cœur étant fortement plébiscitées. Original.

Annexe 9 :

<https://www.calameo.com/read/006116390299d6115a541?page=7>

Catalogue de la Jardinerie Tarnaise durant les mois de Février-Mars

LES COULEURS REVIENNENT

PRIMEVÈRES
Barquette de 6
L'incontournable du début printemps ! Très florante, elle annonce les beaux jours.

PRIX TONDU !
LA BARQUETTE DE 6
3€99

PENSÉE VIOLA CORNUTA TRICOLOR
Pot de 14cm
De la même famille que la pensée, vous profiterez de sa très longue floraison autant en pot, jardinière ou pleine terre.

LA PENSÉE VIOLA CORNUTA TRICOLOR
3€39

BROUETTE GALVA
Contenance : 65 litres
Brouette polyvalente munie d'une roue gonflable et d'une cuve galvanisée.

LA BROUETTE
49€79

BRUYÈRE D'HIVER
Pot de 2 litres
Avec son port tapissant et son feuillage persistant cette bruyère apportera des touches de couleur dans vos différents parterres.

LA BRUYÈRE
5€39

COLLECTION BULBES
Pot de 9cm
Grand choix de bulbes de printemps pour égayer vos parterres : tulipe, muscad, crocus, narcisses et iris.

LE BULBE
1€90

DIANTHUS TELNEKEN
Pot de 10,5cm
Dillet vivace à longue floraison, exposition soleil à mi ombre, grand choix de couleurs.

LE DIANTHUS
2€19

AU JARDIN

COMPOSTEUR BOIS KALE
Dimensions : 80 x 50 x 100cm
Ce composteur en bois de 400 litres est idéal pour les petits espaces. Conçu pour mélanger tous vos déchets organiques et végétaux, il est équipé d'un couvercle et d'une trappe d'accès sur charnières. Labelisé FSC.

LE COMPOSTEUR KALE
49€99

SEAU À COMPOST
Contenance : 5 litres
Composteur de table avec filtre intégré, en plastique 100% recyclé et recyclable. Votre vos déchets organiques tout en produisant un compost bénéfique pour vos plantations. Équipé d'un filtre à charbon, il assure une efficacité d'environ 3 mois contre les odeurs.

LE SEAU À COMPOST
14€95

SERRE CEEA
Dimensions : 3 x 3 x 2m
La serre Ceeea dispose d'une hauteur de 2m sous toit, des pieds droits, limitant la perte de place et facilitant les cultures hautes. Une grande porte pivotante de 1m. Produit durable dans le temps avec ses tubes en acier galvanisé de 25 mm afin d'éviter la rouille et la corrosion.

PRIX TONDU !
LA SERRE CEEA
169€

ACTIVATEUR DE COMPOST
Boîte de 1,5kg
Une fumure organique équilibrée en quelques mois. Enrichissement naturel. Pour l'élimination et la valorisation de tous les déchets organiques et végétaux. NF U 42-001. Engrais organo minéral. NP4. 3. Utilisable en agriculture biologique. Soit 5,30€ le kilo.

LA BOÎTE DE 1,5KG
7€95

LES VIVACES FLEURIES

VIVACES
Barquette de 6
Profitez d'un grand choix de plantes vivaces pour embellir vos parterres, rocailles, mix border, salix ou mur.

LA BARQUETTE
5€95

CŒUR DE MARIE
Pot de 2 litres
Avec ses belles fleurs en forme de cœur rose, rouge ou blanc, cette vivace apportera une note de fraîcheur à vos parterres ombragés.

LA CŒUR DE MARIE
5€95

L'ESSENTIEL EST DANS VOTRE JARDIN !

OFFRE VALABLE DU 19 FÉVRIER AU 3 MARS 2024

LES PREMIÈRES GOURMANDISES DU PRINTEMPS...

PRIX TONDU !
LE FRAMBOISIER
4€69

LA BARQUETTE DE 6
4€95

LE PLANT DE VIGNE
9€95

LE GROSEILLIER
5€75

0:13 / 0:17

Catalogue publiée sur une vidéo YouTube, publicité

Annexe 10 :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=DEP-81>

Âge de la population tarnaise en 2020

Évolution et structure de la population en 2020						
Département du Tarn (81)						
POP T0 - Population par grandes tranches d'âges						
	2009	%	2014	%	2020	%
Ensemble	374 018	100,0	384 474	100,0	391 066	100,0
0 à 14 ans	62 728	16,8	64 920	16,9	62 991	16,1
15 à 29 ans	56 614	15,1	56 261	14,6	55 882	14,3
30 à 44 ans	70 559	18,9	66 917	17,4	64 833	16,6
45 à 59 ans	78 492	21,0	79 838	20,8	80 401	20,6
60 à 74 ans	59 842	16,0	67 730	17,6	76 780	19,6
75 ans ou plus	45 783	12,2	48 808	12,7	50 179	12,8

Sources : Insee, RP2009, RP2014 et RP2020, exploitations principales, géographie au 01/01/2023.

Annexe 11 :

<https://www.gfk.com/fr/insights/1-francais-sur-3-fait-son-jardin-chaque-semaine>

Âge principal de la consommation de produits pour son jardin



Solutions Insights Data Partnership Carrières À propos de GfK Press

Contact Login FR

Les trentenaires et familles avec enfants, cibles à potentiel

L'institut d'études GfK identifie les trentenaires et les ménages avec des enfants de moins de 12 ans comme des cibles clefs pour les jardinerie.

Traditionnellement, les jardinerie ont eu tendance à cibler les groupes d'âge élevés, cependant les données de l'institut d'études GfK montrent un véritable potentiel chez les trentenaires. Ainsi, lorsque l'on étudie la fréquence de jardinage ou de travaux d'entretien en extérieur, les seniors sont en tête, (talonnés de très près par les trentenaires : 36% des plus de 60 ans et **35% des 30-39 ans s'y consacrent tous les jours ou toutes les semaines**. En outre, près d'un quart des plus de 60 ans disent ne jamais jardiner quand ce chiffre descend à près d'un cinquième chez les 30-39 ans, ce qui fait des trentenaires un groupe très attrayant pour les jardinerie, à cibler avec des offres et des promotions adaptées.

Autre groupe à fort potentiel : les ménages avec enfants. En effet, **près de 40 % des personnes en foyer avec enfants de moins de 12 ans, s'adonnent au jardinage** ou aux travaux d'entretien tous les jours ou toutes les semaines, comme 31% des foyers avec adolescents. Des proportions élevées au regard des réfractaires au jardinage : seuls 17 % des foyers avec jeunes enfants ne jardinent jamais et 24 % pour les foyers avec adolescents. Quant aux foyers sans enfant, seuls 27% des internautes jardinent tous les jours ou toutes les semaines tandis que ceux ne jardinant pas atteignent 29 %.

En France, la tendance est similaire : ainsi, 31% des trentenaires et des foyers avec enfants de moins de 12 ans déclarent jardiner au moins 1 fois par semaine, et 30% des foyers avec ados.

En savoir plus

Jardinage : analyse des comportements et usages - GfK

01.12.2023

Infographics

Infographie : les résultats clés du Black Friday 2023

Poids du online, Top Catégories de produits, Evolution du CA à la

En savoir plus

Jardinage : analyse des comportements et usages - GfK

27.11.2023

Infographics