

Jardin 2025/2026:
**où en est vraiment le marché ?
comment relancer la dynamique ?**



Cette présentation a été commentée dans le cadre du partenariat GfK An NIQ Company - JDC Garden Trends 2026.

Les données sont issues des bases GfK Market Intelligence | France, suivi des ventes de produits de jardin en circuit Grand public, d'études Consumer Intelligence spécifiques et d'études Digital Purchases.

Cette présentation est à usage strictement interne et documentaire.

Celle-ci 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 NIQ.

Merci d'adresser votre demande, en précisant les slides sélectionnées, à guillaume.mulleret@nielseniq.com

Périmètre panel de distributeurs NielsenIQ

Catégories de produits panélisées

-  Motoculture
-  Produits pour jardin (PPJ)
-  Barbecues extérieurs
-  Semences
-  Outillage à main de jardin
-  Arrosage
-  Nettoyeurs Haute Pression
-  Pompes
-  Pulvérisateurs
-  Bottes
-  Abris et rangement de Jardin

Et tout le reste du Jardin pour les données macro

Circuits Grand Public Magasins + Internet

Données de ventes sorties de caisse, volume & CA TTC

Grandes Surfaces Alimentaires

Grandes Surfaces de Bricolage

Jardineries et Libre Service Agricole

Spécialistes Motoculture et Agricoles

Grandes Surfaces d'Electroménager

Spécialistes BBQ

Pure Players Internet Généralistes

Discounters alimentaires (données macro)

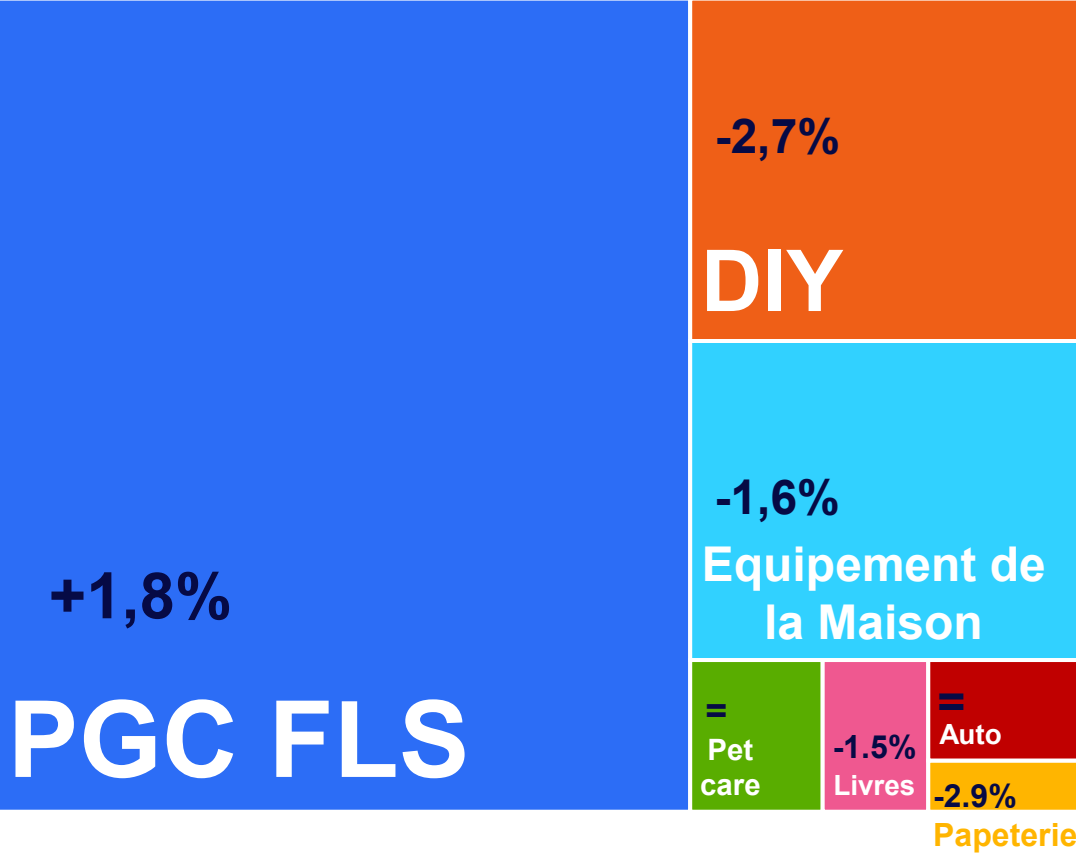
Market Places (données macro)

Les inquiétudes des Français et les conséquences sur leurs achats



The Full View™
PGC-FLS renoue avec la croissance et Biens durables à la peine

Circuits Grand Public | Alimentaires et Spécialisés



Univers produits audités sell-out tous circuits | CA 2025 Mds€, Poids et évolution vs n-1

Biens durables
77Mds€ | -2,0%

Bricolage
24,2Mds€ | -3,2%

Jardin
8,3Mds€ | -1,1%

+1%

*Prévision **PIB**
2026*



+1.3%

*inflation
globale à mi
2026*



18.9%

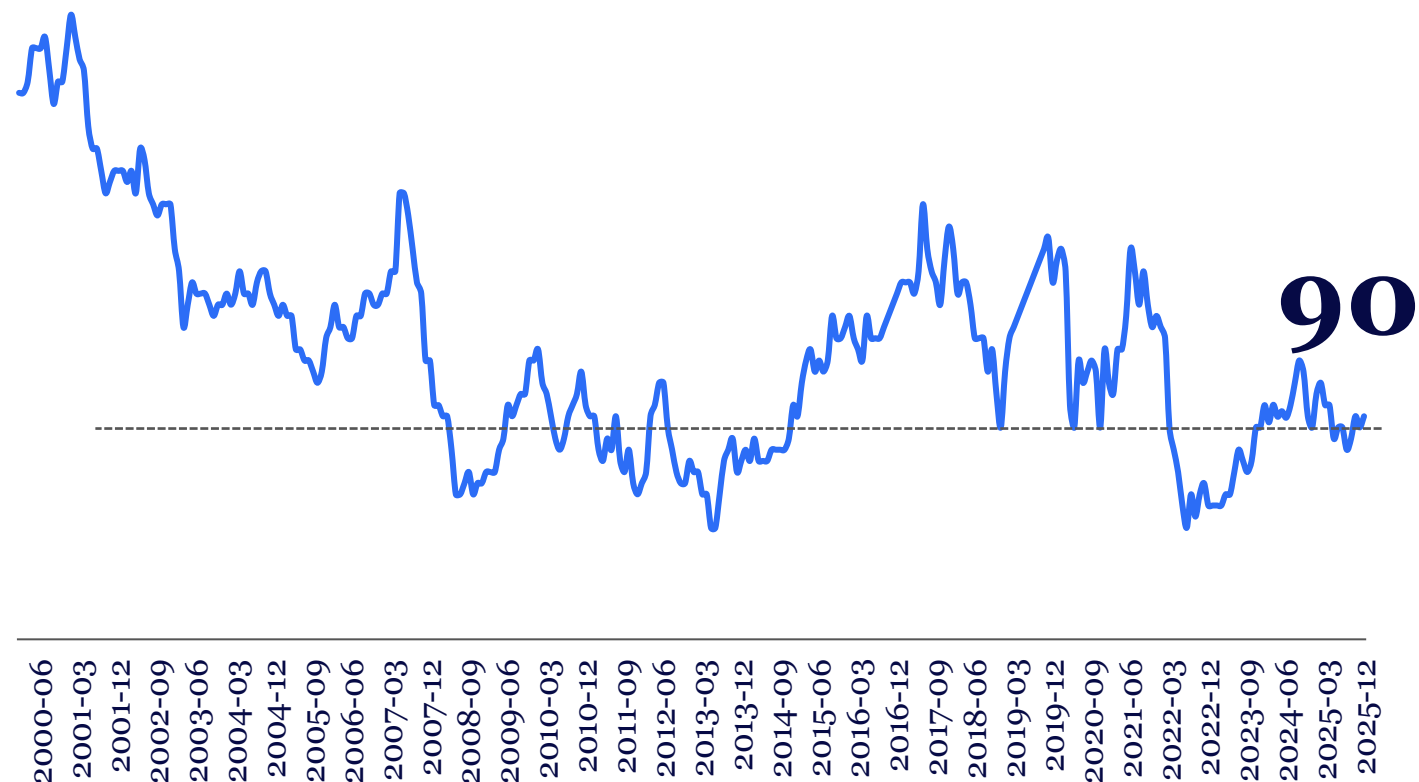
*Taux d'épargne
T2 2025*



La confiance des Français reste proche du niveau atteint pendant la dernière pandémie

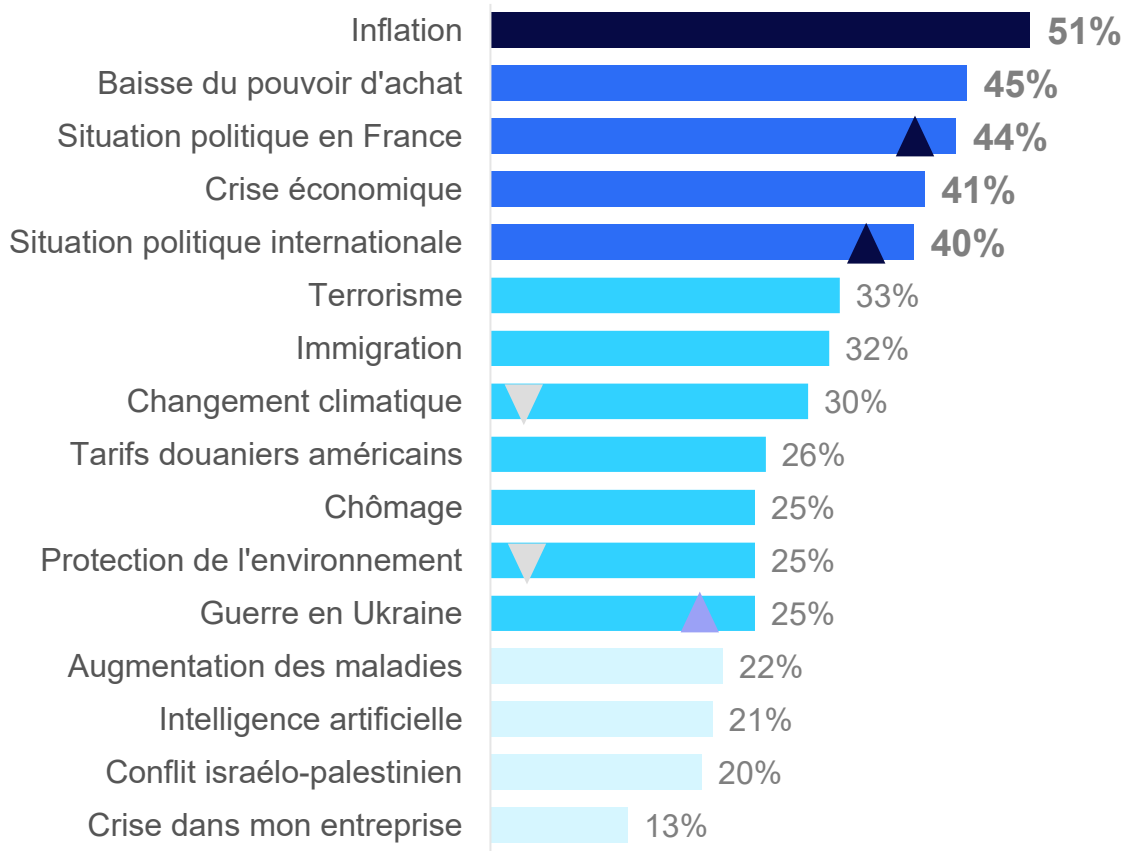
Indice de confiance des ménages

France | 2000 à décembre 2025



Préoccupations toujours fortes côté consommateurs

Sujets d'inquiétude – Base France « Très inquiet-e »



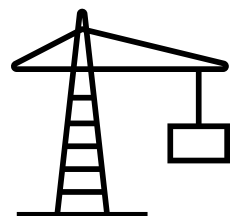
+10/11pts

Inquiétudes liées à la situation politique Française et Internationale
vs Mai 2025

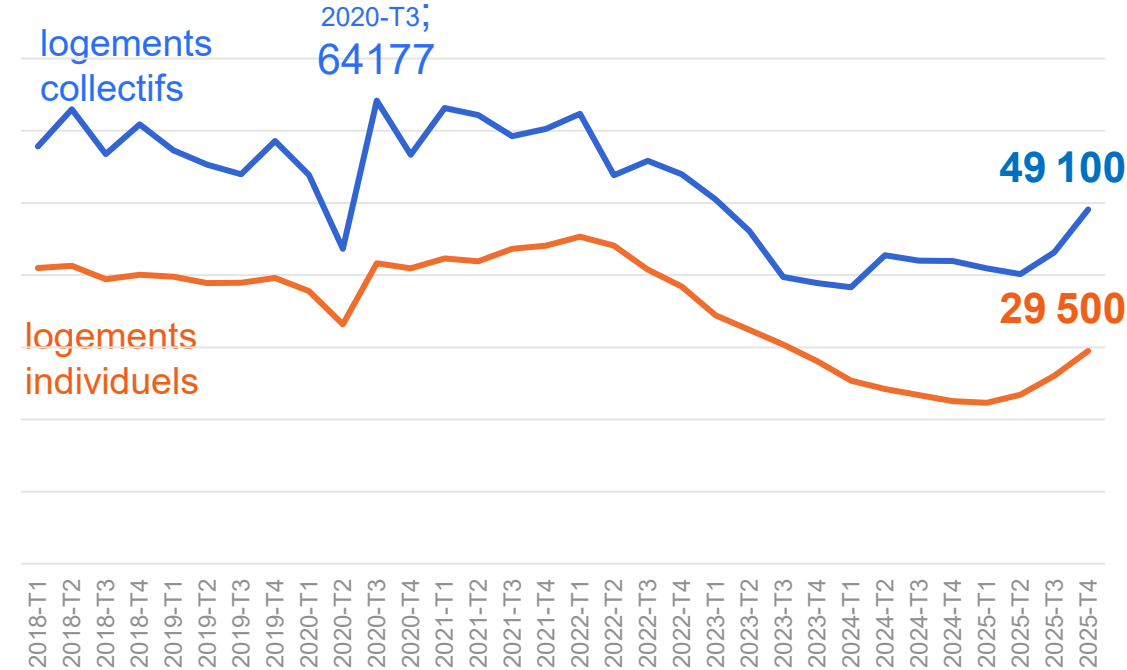
-6/9pts

Inquiétudes liées à l'environnement
vs Janvier 2025

Le déficit d'activité du marché immobilier impacte la dynamique du marché



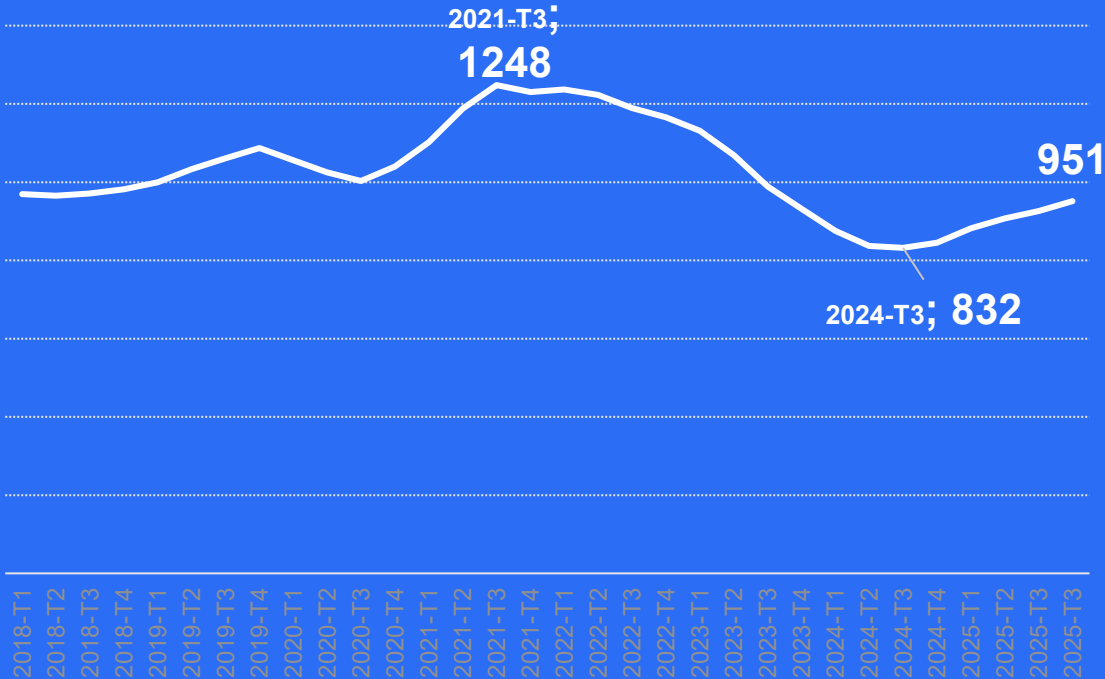
Mises en chantier par trimestre



Source : Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires

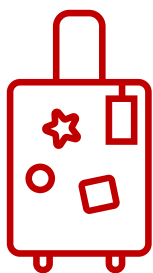


Milliers de transactions immobilières dans l'Ancien cumul 12 mois



Un impact profond sur les routines d'achat

Consumer Pulse Jan.2026 | Réduction des dépenses par catégorie



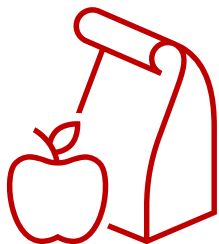
6 /10

Loisirs,
Sorties,
Restaurants



5 /10

Equipement
de la Maison
(+5 pts)



3 /10

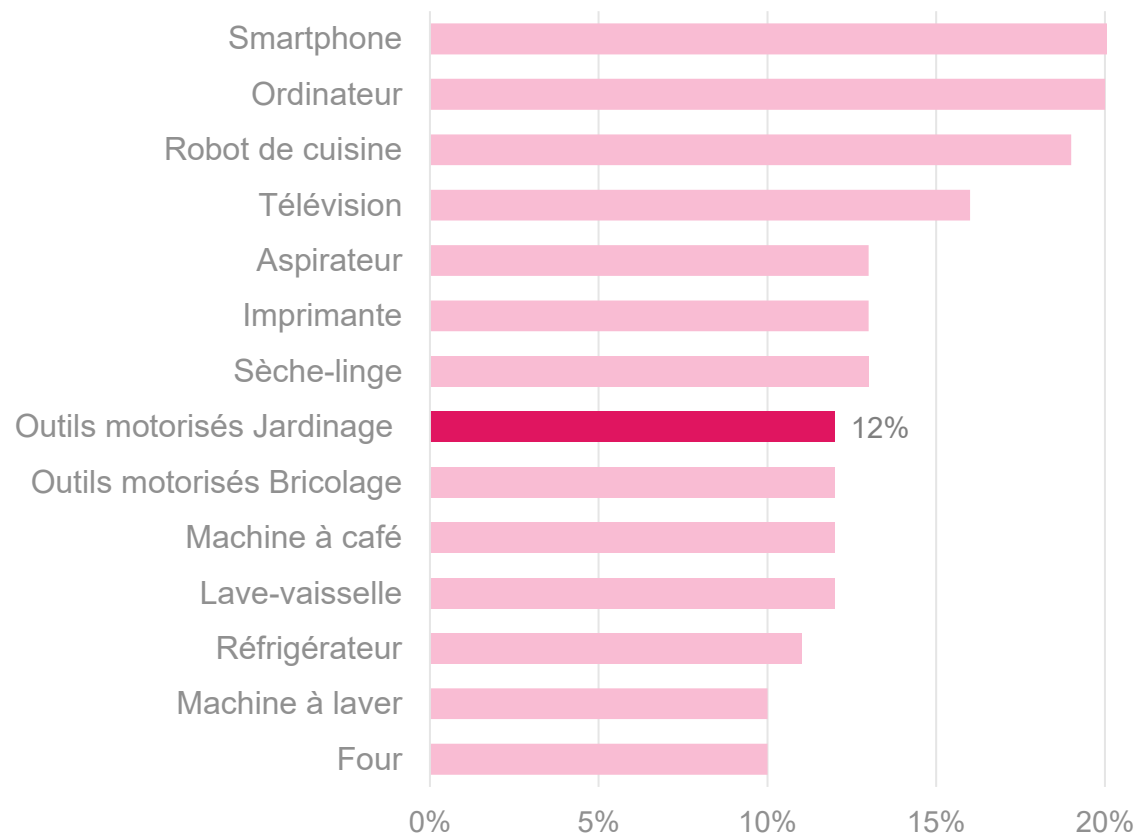
Alimentaire

**9 Français
sur 10**

ont réduit leurs dépenses
en 2025

Une majorité de Français ont dû renoncer à un projet

Achat non-effectué en 2025 pour raisons économiques, par type de biens
Consumer Pulse Jan.2026 | Base: échantillon total France

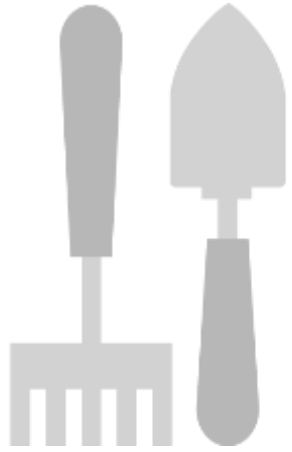


64%
ont renoncé à l'achat
d'un bien durable

Marché du jardin 2025 : un repli maîtrisé, avec de fortes disparités



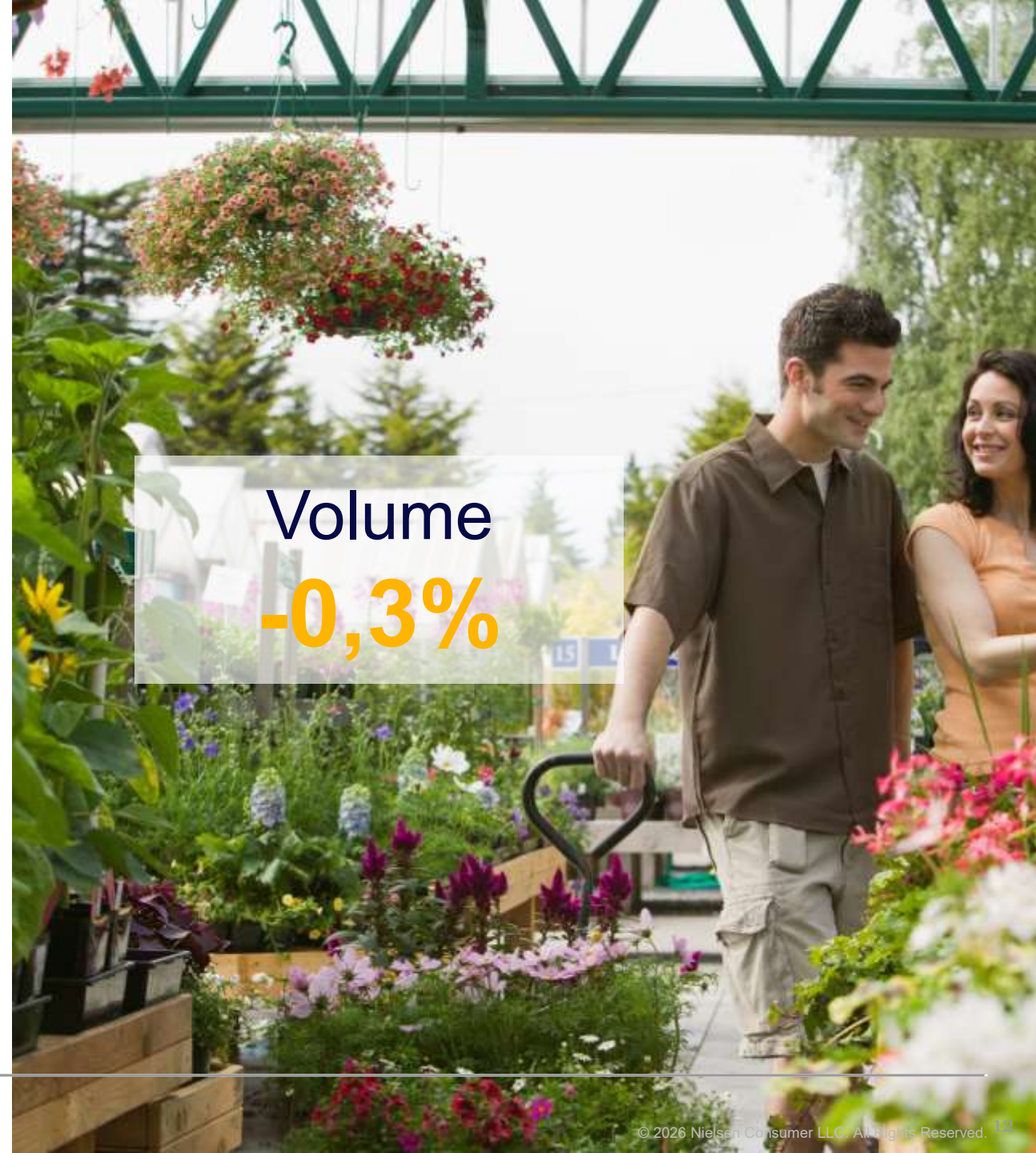
Jardin : un repli limité



Univers jardin
8,3 Mds €

-1,1%

Catégories Bricolage et Jardinage issues des TSR et NRF pour les circuits HMSM + Pure players généralistes + Grands Magasins + GMS + GSB + Jardinerie/LISA + sélection de Market places et de SDMP + Panels de distributeurs à la référence pour les circuits Spécialistes motoculture et agricoles + Spécialistes BBQ + Trad brun-blanc. Sont exclues les catégories vendues dans ces circuits et non rattachées au Bricolage et au Jardinage (Alimentaire, Pet Care, Ameublement intérieur, Dressing, Automotive, Livres, Services ...)



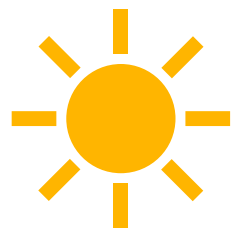
Volume
-0,3%

Les fortes chaleurs de mi-année
ont eu un impact décisif sur la croissance



**4^{ème} année la plus chaude
enregistrée**

Derrière 2022, 2023 et 2020
et devant 2024



**2^{ème} mois de juin
le plus chaud**

Source : Météo France – Bilan 2025 – 15/01/2026

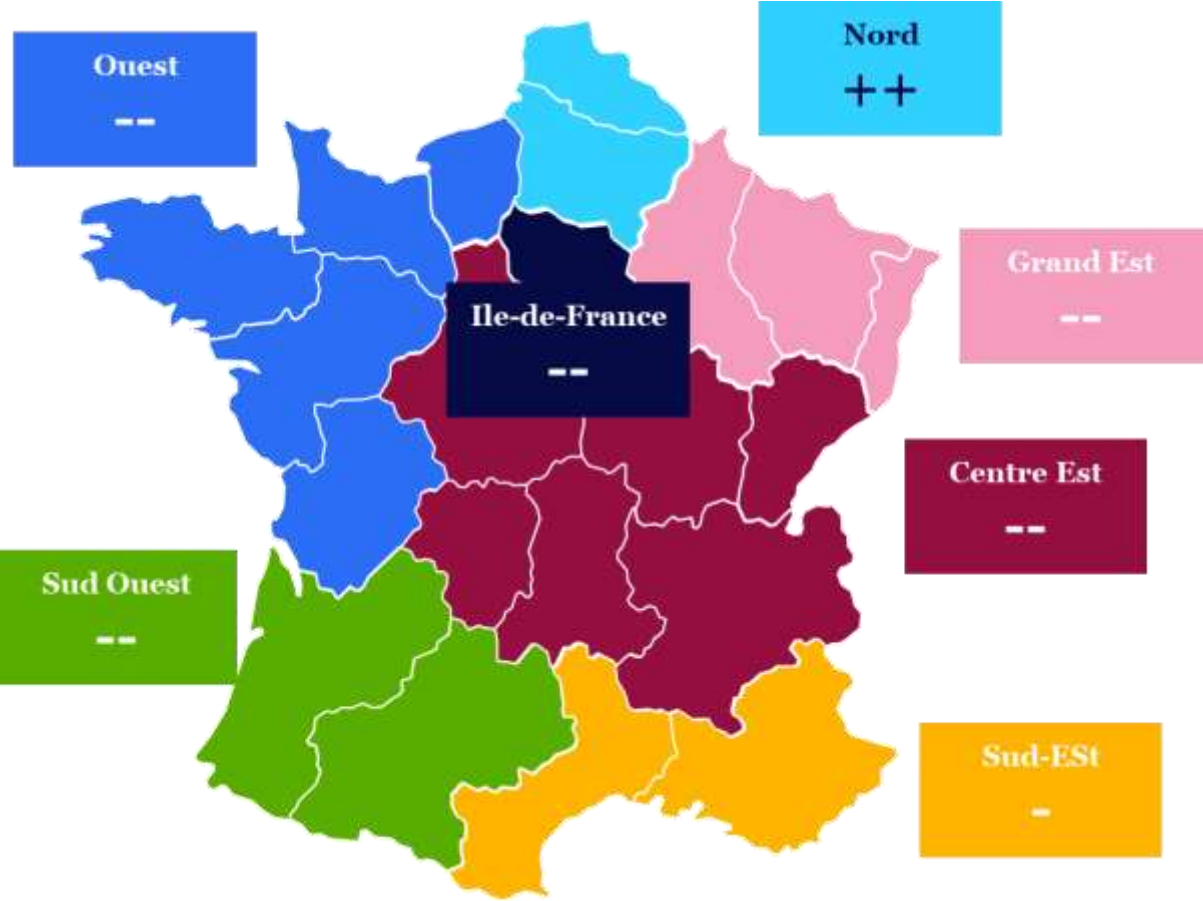
+10%

d'ensoleillement à
l'échelle nationale



Des disparités régionales

Données régionales GSB, Jardineries, LISA et GSA | Valeur | Période 2024-2025



+5,7%
Région Nord

De nombreuses catégories en repli

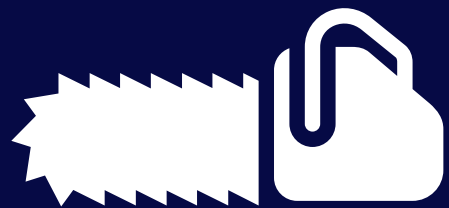
Total Jardin – Tendances Univers | Taux croissance valeur vs 2024 Evolution en %



Total Jardin : données TSR / Catégories: données panels



Univers Jardin
-1,1%

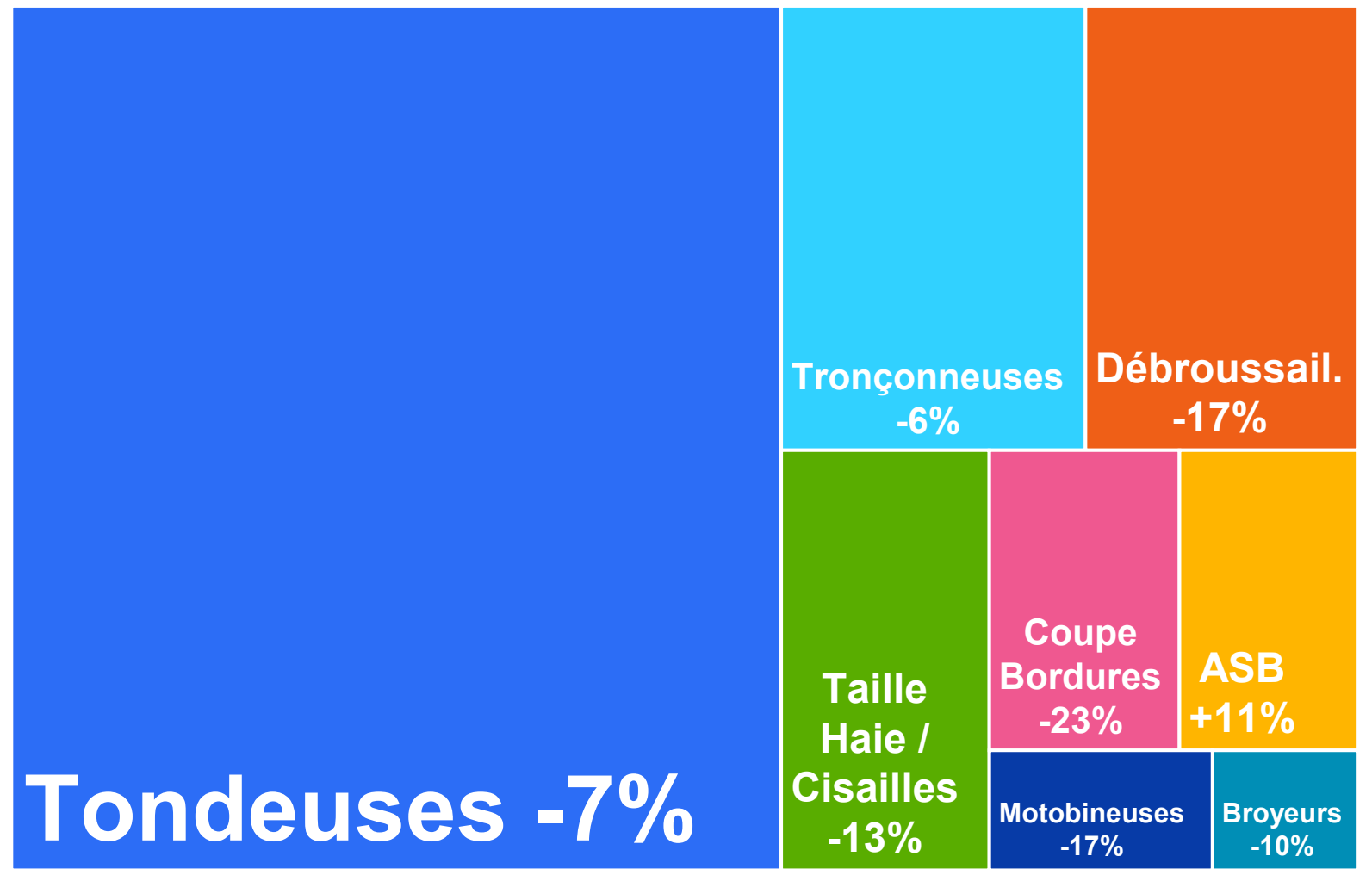


Motoculture

-8,3% €

Un fort retournement de tendance

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2024 (€)

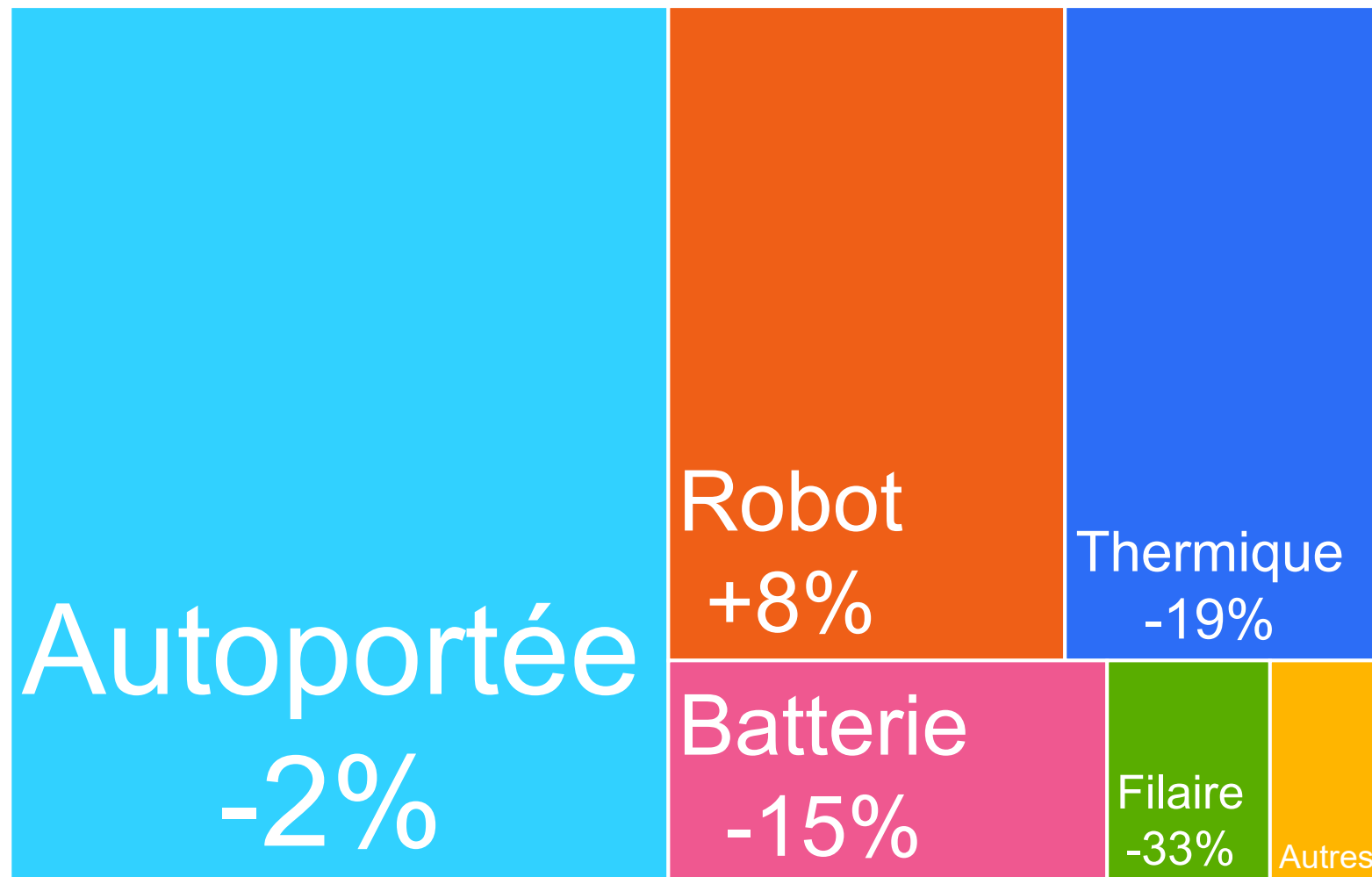


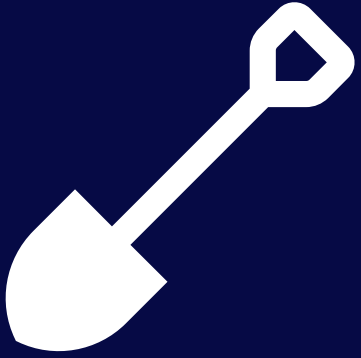


Tondeuses
-7% €

Résistance des Autoportées, et croissance continue du Robot

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2024 (€)



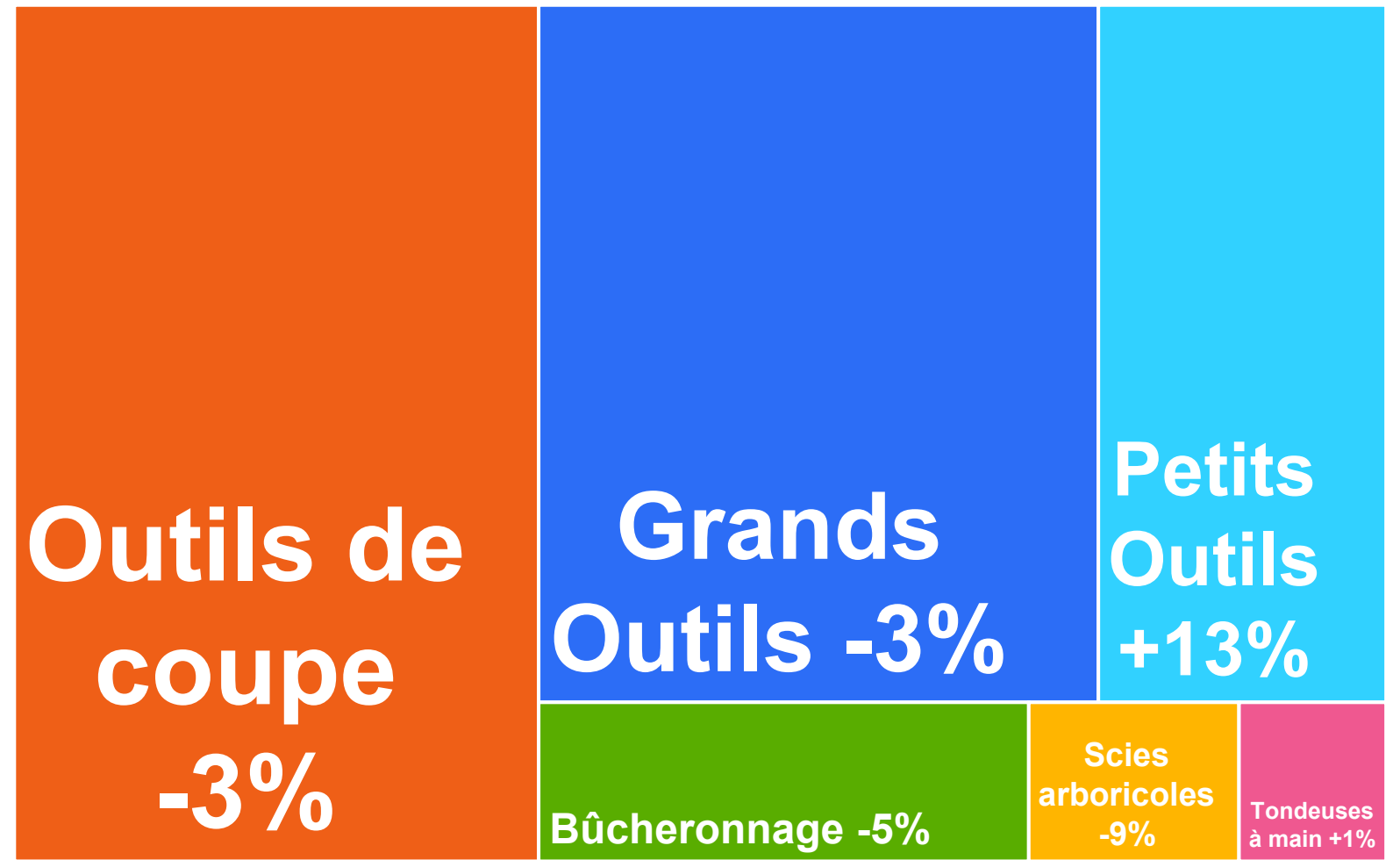


Outillage à main de jardin

-3,0% €

Les grands outils résistent bien quand l'univers de la coupe est en net recul

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2025 (€)



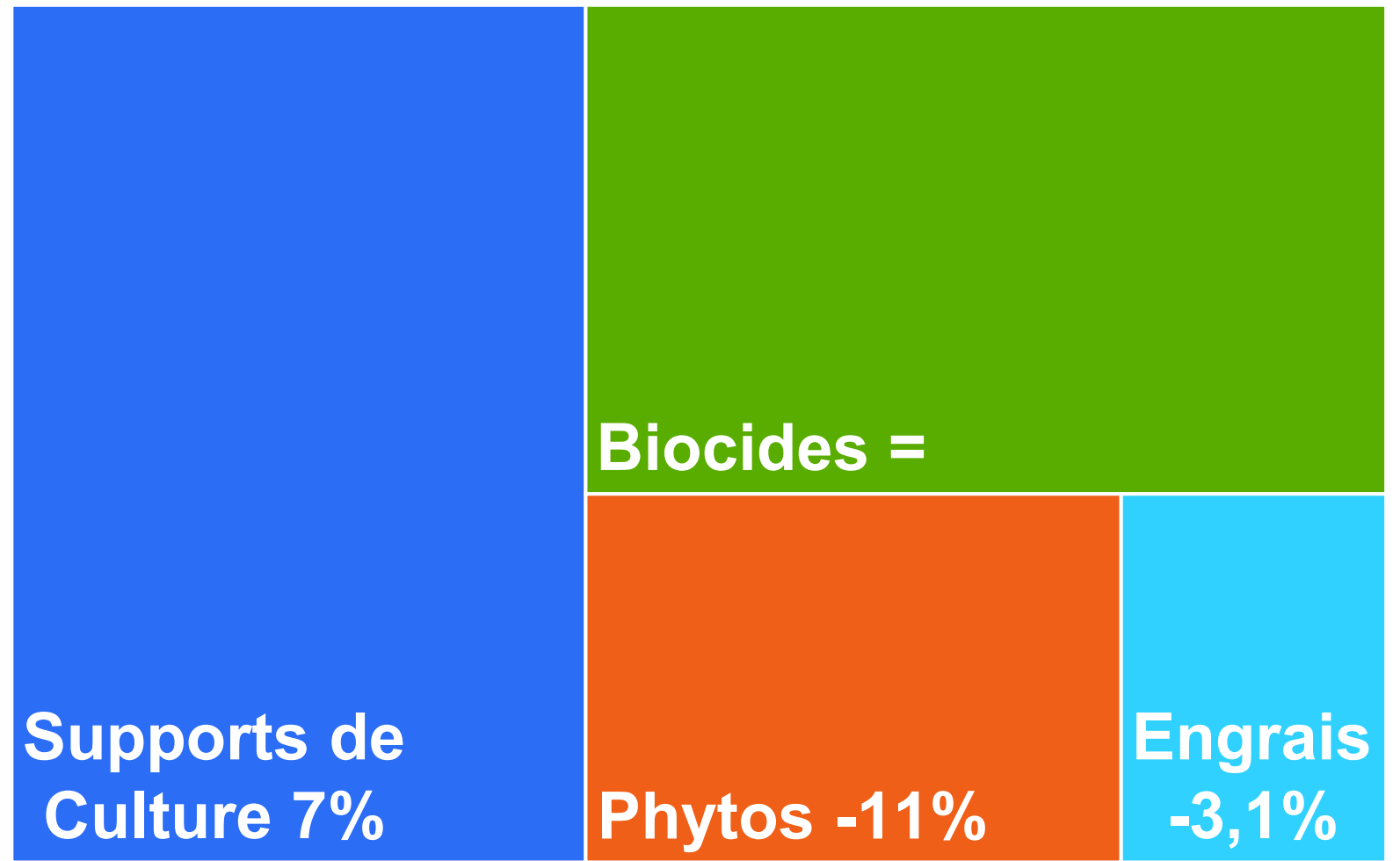


Produits Pour Jardin

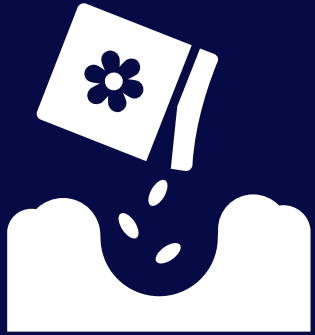
+0,4% €

Des PPJ portés par les terreaux et le paillage

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2025 (€)



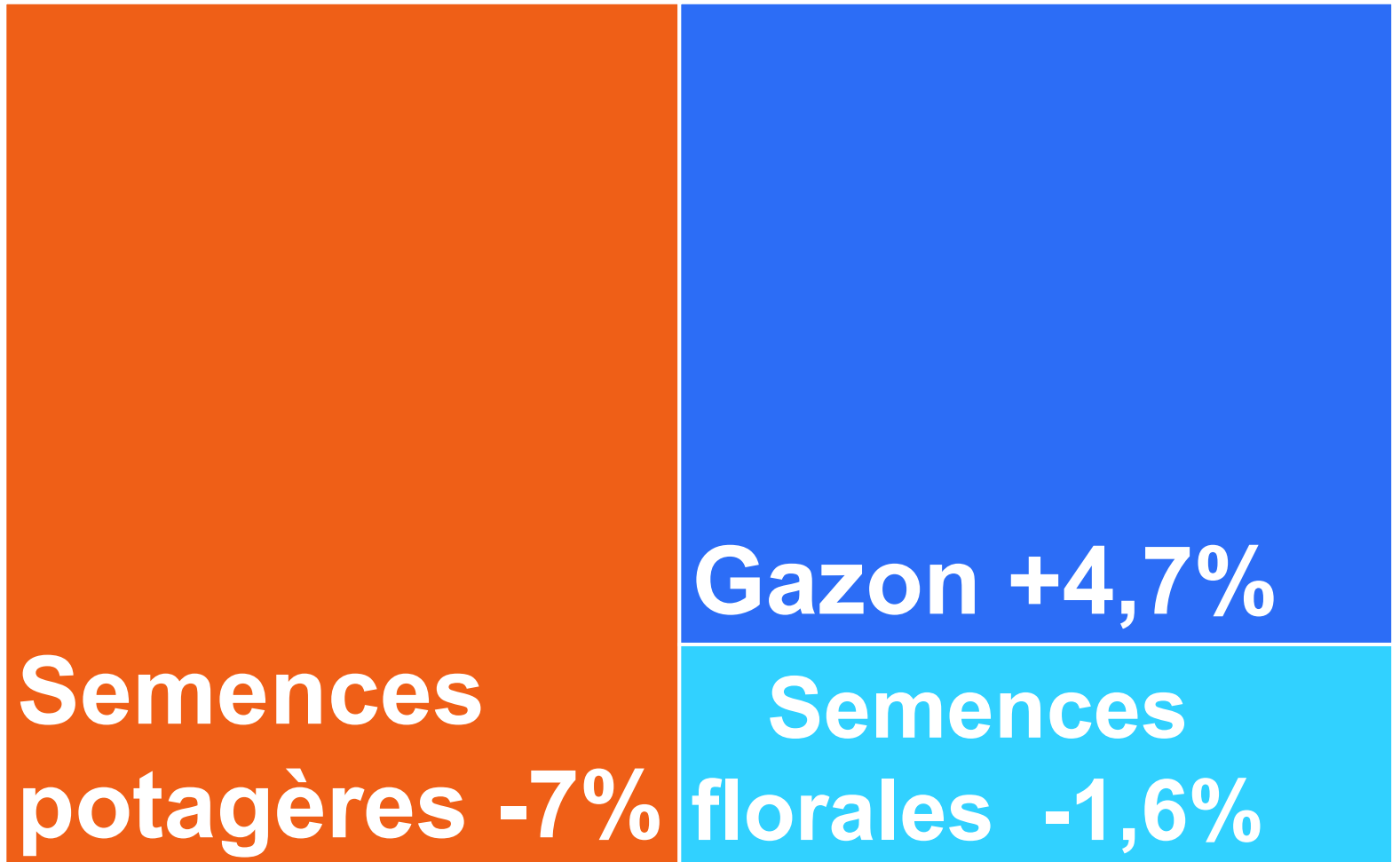
Forte reprise du Gazon, alors que le Potager poursuit sa chute



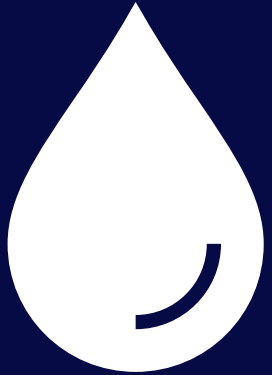
Semences

-2,1% €

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2025 (€)



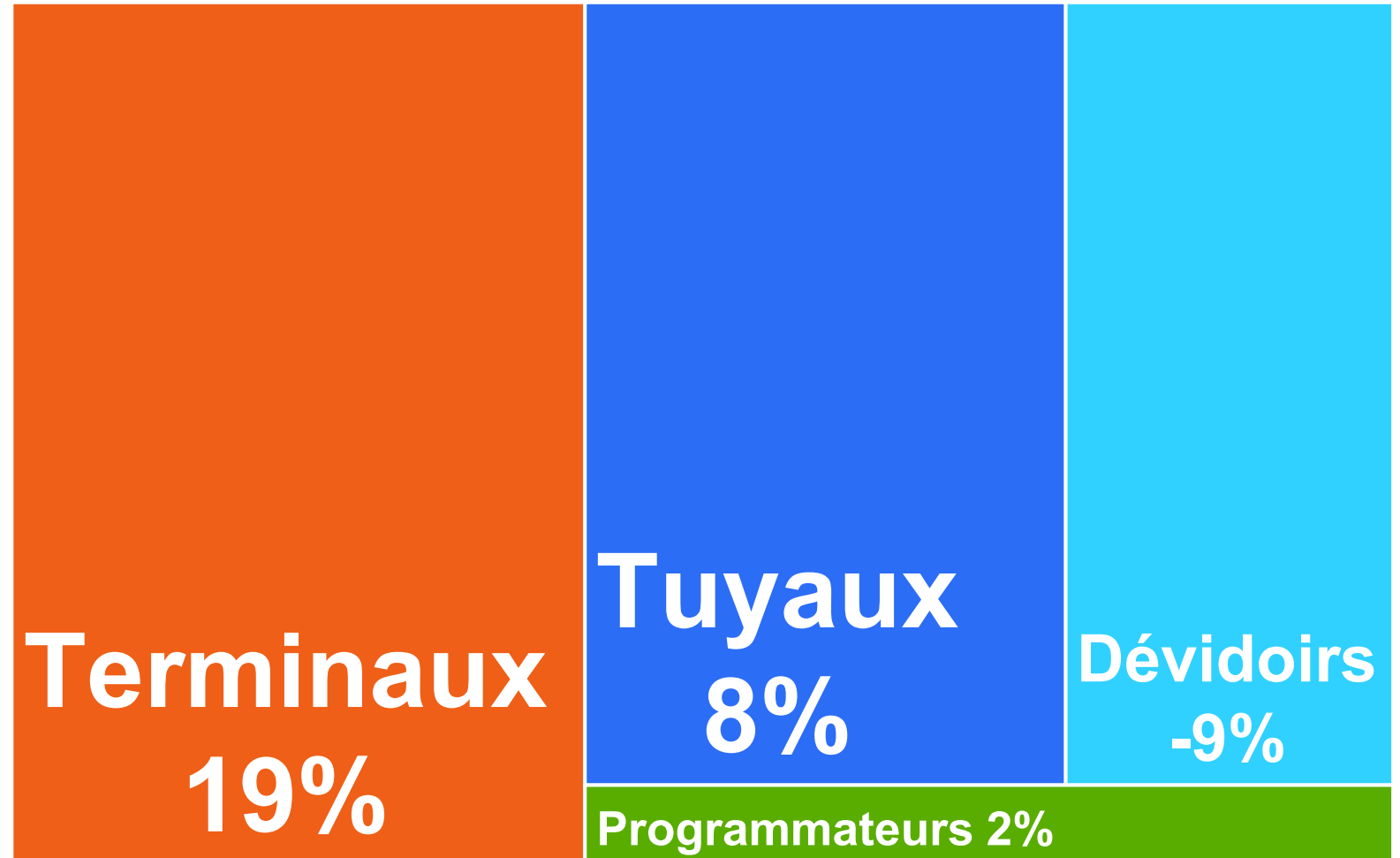
Retour aux basiques sur l'Arrosage



Arrosage

+7,8% €

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2025 (€)





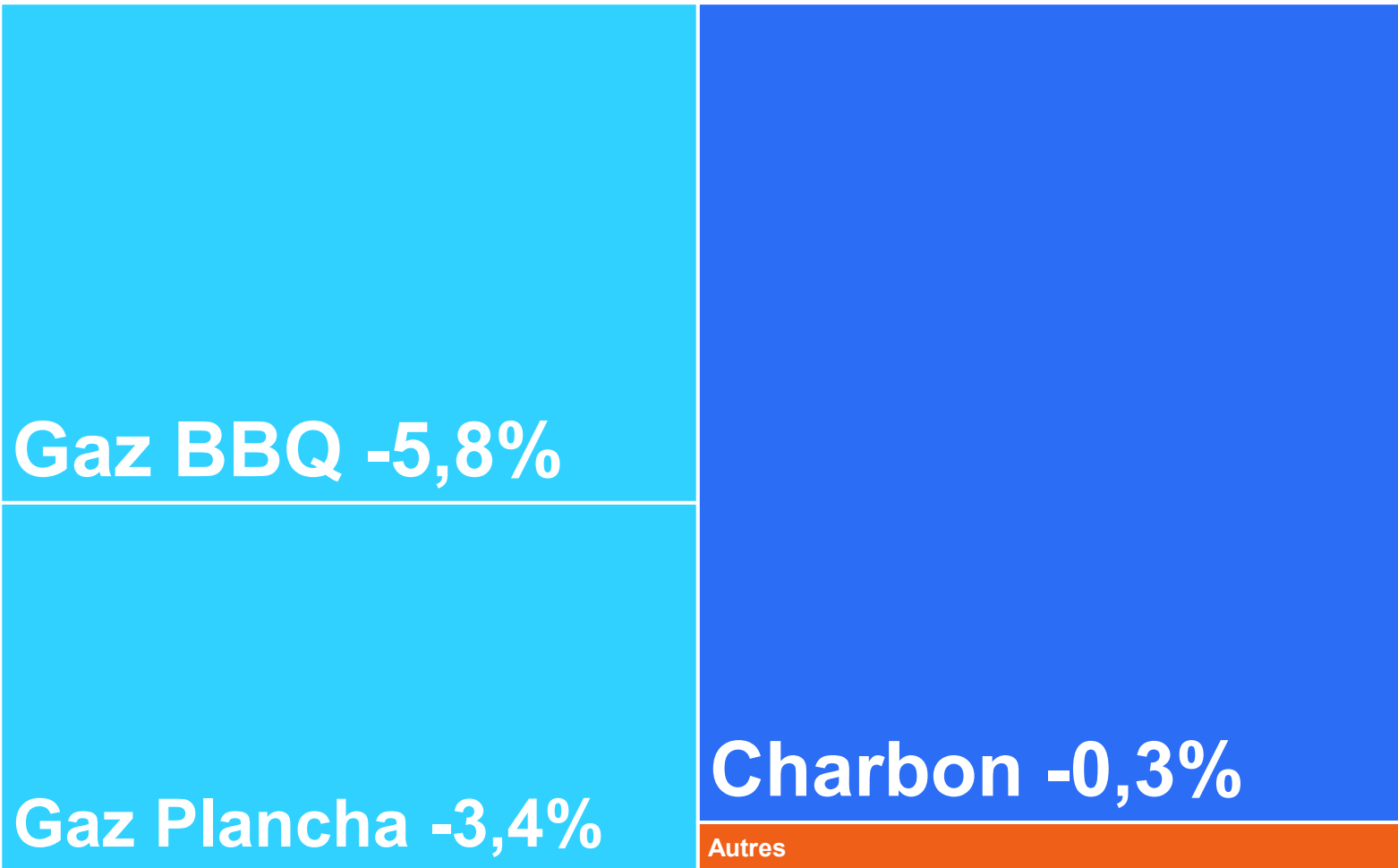
Barbecues extérieurs

-3% €

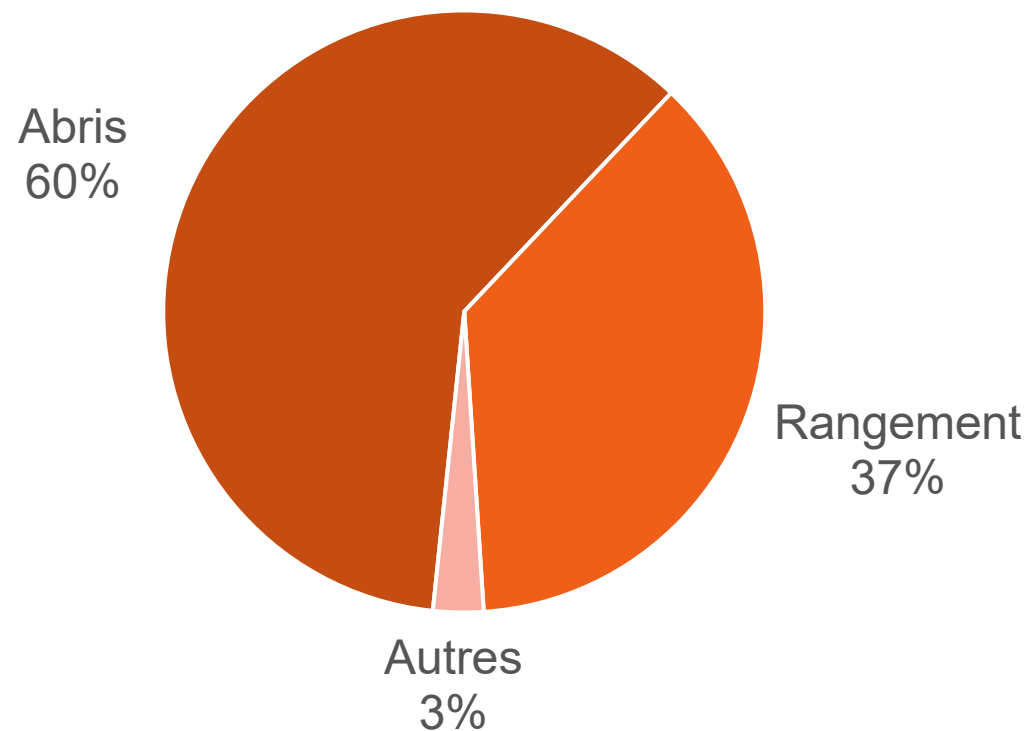
Croissance des BBQ électriques

La reprise attendue des BBQ n'a pas eu lieu

Poids & Evolution des Segments Jan-Dec 2025 (€)

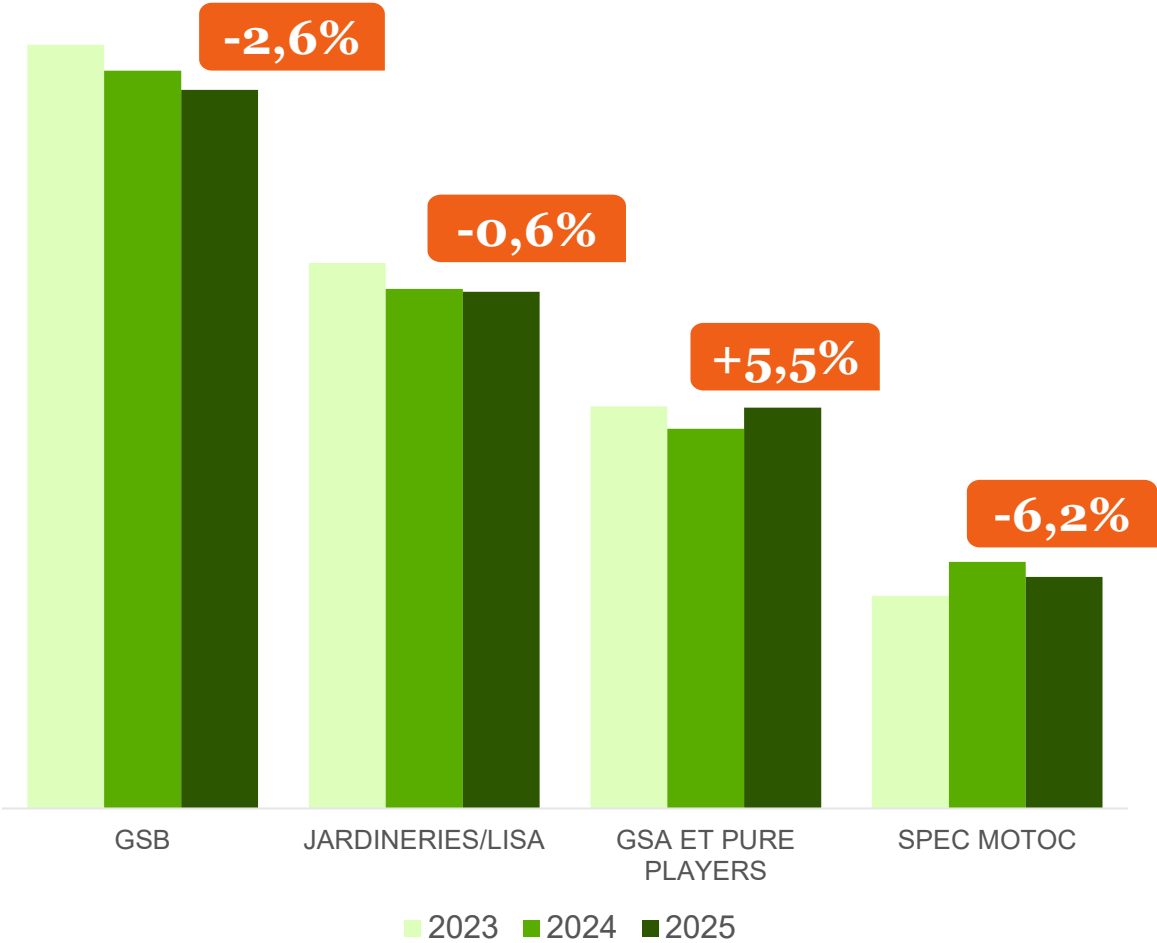


Nouvelle vision Garden Structures



Un grand écart entre les circuits

Taille du marché | TSR Consolidé Jardinage | Valeur | 2025



Source : GfK Market Intelligence





Des clés pour remettre le jardin en mouvement



powered by  intelligence

Jardin au naturel : tendance de fond pour le potager

Evolution Valeur 2025

Sans Tourbe
Terreux



+33%

UAB
Terreux & Engrais

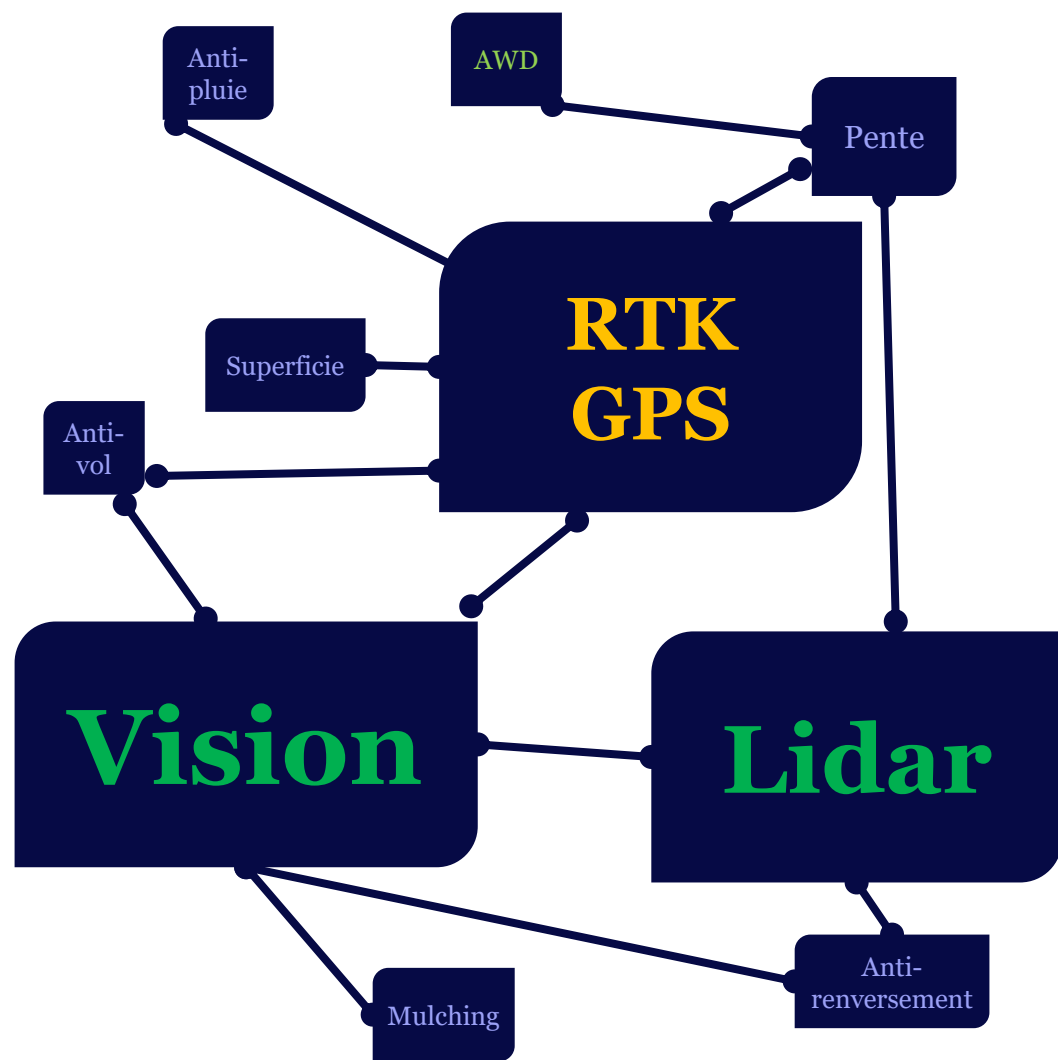


+12%

2/3 du CA

Poids UAB
/ Terreux-Engrais

Innover pour faciliter l'usage : le cas des Tondeuses Robots



Location et 2nd main: des relais de croissance

Consumer Pulse Jan26 | Intérêt Location, 2nd main pour les Outils motorisés de Jardinage (Ss-total « Certainement » ou « Probablement »)

Intérêt Location

29%



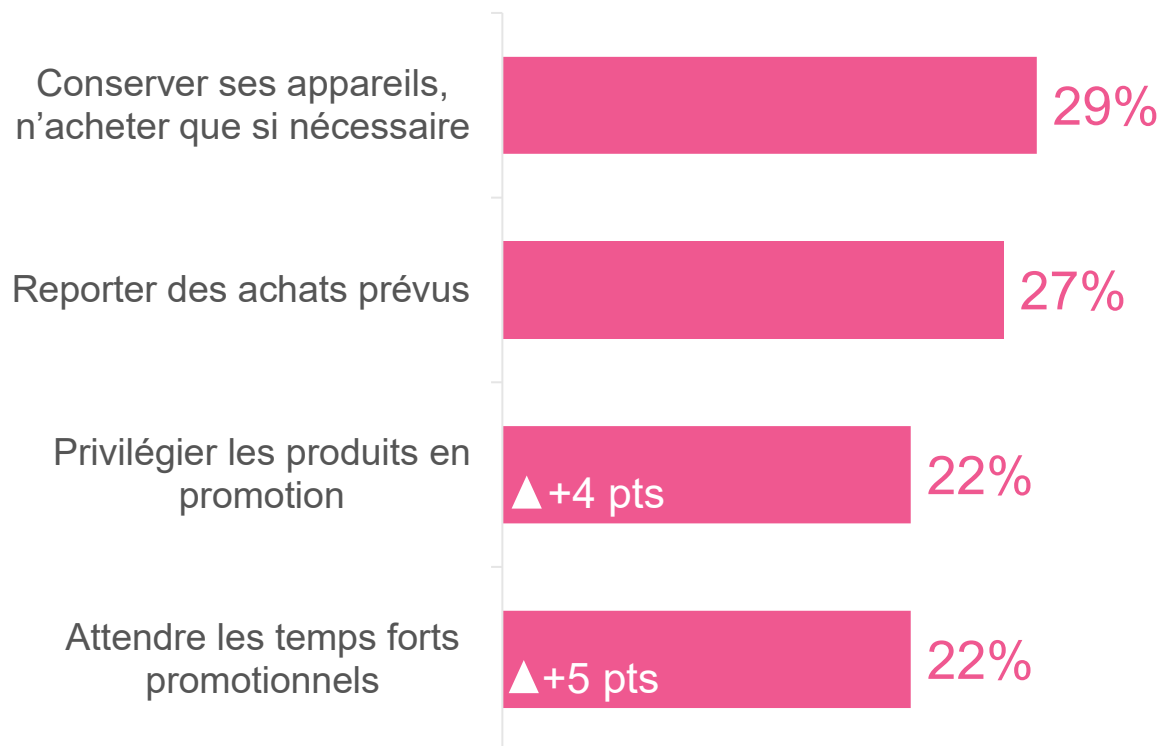
Intérêt Reconditionné

38%



Les Français adoptent des stratégies de « défense du pouvoir d'achat »

Consumer Pulse Jan26 | Attitudes pouvoir d'achat, Ss-tot Plutôt ou Fortement)



79%

des Français vont modifier leur comportement d'achat de produits Brico-Jardin



2026 : vers une stabilisation

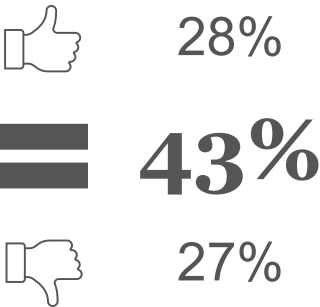


Des Français pessimistes sur l'avenir du pays, mais plus confiants pour eux-mêmes

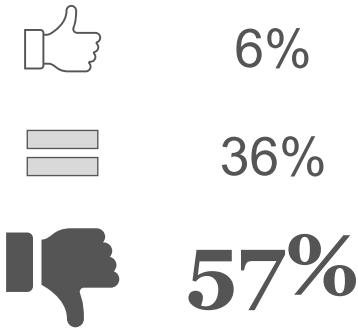
Statu Quo vs. 2025



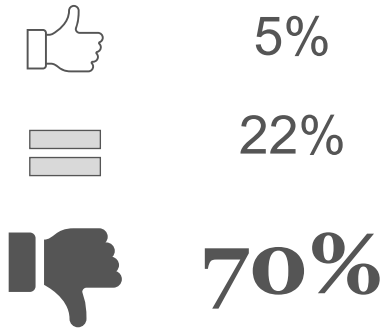
Finances personnelles / du foyer



Economie française



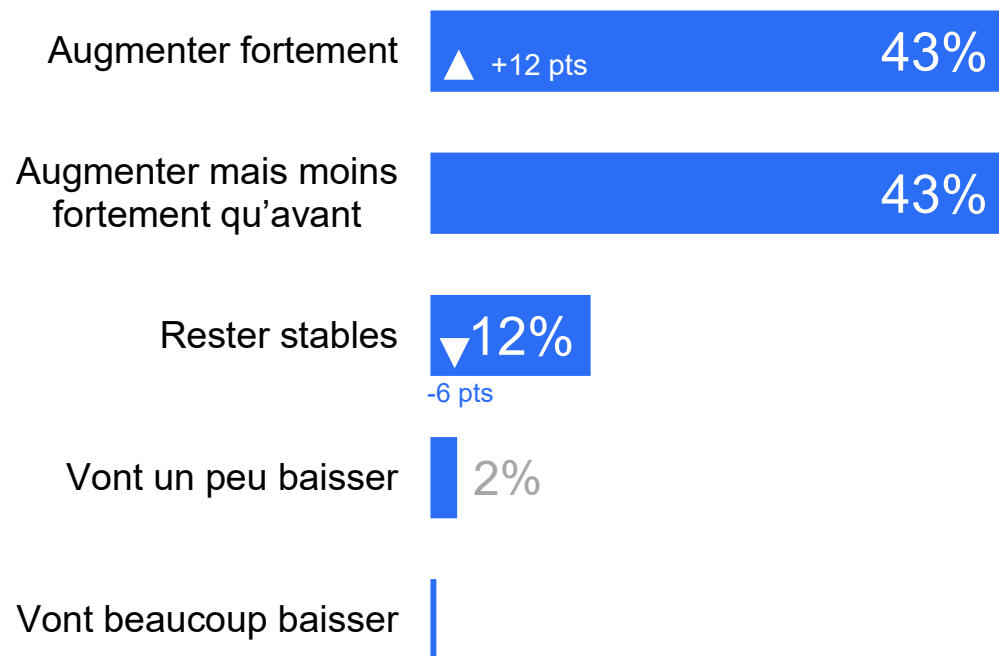
Etat de la France dans 5 ans



Perception prix : vers une reprise de l'inflation ?

Consumer Pulse Jan.2026 | Base: échantillon total France

En 2026, les prix des produits Grande conso / Biens durables vont...

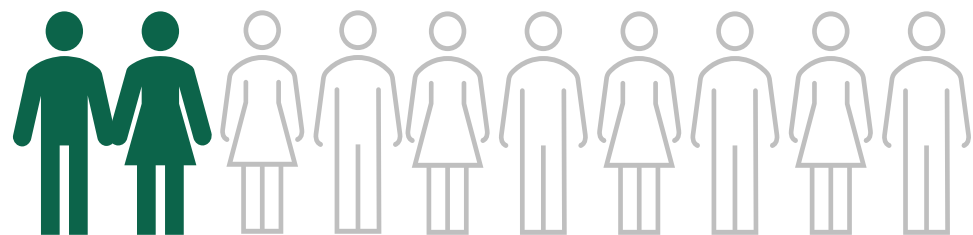


Significativement plus ou moins élevé
à 95% par rapport à Jan 24



Intention d'achat stable pour 2026 après une baisse en 2025.

20% des consommateurs



envisagent au moins 1 achat
Brico Jardin en 2026

>30%

Consommateurs GenZ
avec 1 projet d'achat DIY



Get The Full View®

NielsenIQ

powered by  intelligence