

Résumé des résultats des sondages

- 1^e partie – Saint-Valentin 2015 à 2018
- 2^e partie – Evolution des chiffres d'affaires annuels comparés à ceux des années précédentes (de 2013>2014 à 2016>2017)

Sommaire

Sondage Saint-Valentin 2018: 72 membres actifs (bien 15% de l'effectif) ont participé, soit nettement plus que les années précédentes (2017:55; 2016/2015: env.25). Un grand merci à tous ceux qui ont consacré 5-10 minutes au développement de notre branche!

Dès lors, grâce à près de 4 ans (2015 - 2018) de résultats comparables, les réponses sont de plus en plus fiables.

Le résultat le plus important, et à la fois le plus étonnant (comparativement à 2015/2016) est le développement, de nouveau positif (2017>2018). Ceci concerne tant la Saint-Valentin 2018 que le chiffre d'affaires global et la fréquence des visites de la clientèle 2017 comparativement à ceux de l'année précédente. Il faut tenir compte du fait que la Saint-Valentin 2016 était un dimanche.

Il est également étonnant que les roses rouges ne perdent pas leur signification. Au contraire, la part des roses, et en particulier des rouges, a augmenté en 4 ans.

1^e partie – Saint-Valentin 2018

Il y a de nouveau **plus de 87%** de participant(e)s **satisfait(e)s à très satisfait(e)s** de la Saint-Valentin cette année– **un résultat également très positif** après 65%, resp. 56,5% pour les années 2015/2016.

La **rose rouge classique** s'est cependant moins vendue que l'année précédente (en moyenne **350 pièces**), mais dans le cadre de 2015 (418 / 311 / 355). Contrairement au désir de nombreux fleuristes, les acheteurs semblent s'en tenir au modèle traditionnel. Avec **25%**, de très nombreux magasins n'avaient de nouveau **pas assez de roses rouges** – mais elles n'y étaient épuisées que vers le soir. On a même racheté des roses (rouges) dans le courant de la journée. En 2015/2016, seuls 4-7% n'en avaient pas assez.

Ce jour, c'est difficile pour toutes les **roses d'autres couleurs**: avec 255 (303 / 222 / 308), elles stagnent à 42% - c.-à-d. **58% des roses sont rouges.**

En 2018, 698 (1032 / 1332 / 977) **autres fleurs** ont été vendues. La part de celles-ci s'est ainsi **réduite à 53,6%** (2017: 58,9%).

Il ressort donc de ces 4 années que les **roses se vendent de plus en plus à la Saint-Valentin**. En 2018, elles représentaient déjà **46,4% de l'ensemble des fleurs vendues.**

Des efforts publicitaires spéciaux ont généré près de **25%** des affaires globales de la Saint-Valentin 2018 (années précédentes 20% / 38% / 24%). Trois mesures étaient nettement au premier plan: Facebook, affiches et annonces.

2^e partie – Comparaison du chiffre d'affaires annuel 2017 avec celui de 2016

Il est frappant qu'en 2017 nous n'ayons **vendu que 28% de moins que l'année précédente** – cette valeur se situait alors à env. 32% et précédemment toujours à près de 62% (!) Manifestement, en **2017 il a été vendu nettement plus en moyenne que les années précédentes**, ce qui apparaît également dans l'augmentation de 12%, comparativement à 8-9% les années 2015/2014, pour les affaires qui ont généré plus de chiffre d'affaires.

Pour celles avec des chiffres d'affaires en baisse, la diminution de 9% est de nouveau inférieure à celle de 2015/2014 (14%-21% !) – ce qui permet, d'une manière générale, de conclure que **l'année 2017 était bonne.**

Quant à la **somme moyenne des ventes**, la tendance à un **bénéfice plus élevé par client** est visible. En 2017, il se montait à peine à CHF 45 (années précédentes 41 / 48 / 44). En 2017 et 2018, un beaucoup plus grand nombre de membres ont participé au sondage, vraisemblablement plus de commerces en dehors des villes, où l'on encaisse généralement moins par personne.

La **fréquence des visites des clients** s'est stabilisée à un niveau élevé: Alors qu'en 2017 **77%** affirmaient avoir **enregistré une fréquence élevée ou plus élevée** en 2016, celle-ci était de 70%, resp. 2016/2015 même de seulement 30, resp. 40%.