

Résumé des résultats des sondages

- Partie 1 - sur Valentin 2015 à 2022

- Partie 2 - sur l'évolution des chiffres d'affaires annuels par rapport à l'année précédente (à partir de 2013 - 2021)

Résumé

L'enquête de la Saint-Valentin 2022 a connu un nouveau record de participation : 97 (soit 21%) membres actifs y ont participé. (2021:46 ; 2020:91 ; 2019/2018:71 ; 2017:55). Un grand merci à tous ceux qui ont pris le temps de présenter les évolutions des ventes dans notre secteur !

Grâce à 8 années de résultats comparables (2015 - 2022), la pertinence des réponses augmente.

Le résultat le plus important, et en même temps le plus surprenant, est **l'évolution à nouveau positive de 2021>>2022** (par rapport à 2015-2017), ce qui correspond à d'autres observateurs du marché qui considèrent généralement 2020&2021 comme les meilleures années depuis longtemps (le chiffre d'affaires annuel de 2022 s'est légèrement tassé, mais cela ne sera révélé que par l'enquête de 2023). **La tendance positive concerne aussi bien la Saint-Valentin 2022**, qui était un jour de semaine, que le chiffre d'affaires total 2021. La fréquentation des clients a été déclarée en nette hausse en 2021. Le **montant des achats** est déclaré à un niveau record de plus de **CHF 52/client** - ceci après des années de stabilité autour de CHF 45. Bref, une très bonne année pour les fleuristes - en moyenne ! La rose rouge a conservé sa position de "fleur de l'amour", même si d'autres fleurs ont à nouveau légèrement progressé en 2022.

Partie 1 - Saint-Valentin 2022

Un grand 93,8% des répondants sont satisfaits ou très satisfaits de Valentin 2022 - après une moyenne de 87% pour les années 2017-2021, un **très bon résultat pour Valentin 2022** !

La **rose rouge** classique s'est toujours bien vendue, avec 298 pièces en moyenne, et **mieux en Suisse romande** qu'en Suisse alémanique (années précédentes : 304 / 343 / 387 / 350 / 418). Une légère tendance à la baisse se dessine toutefois. Mais avec 20%, certains magasins ont à nouveau eu trop peu de roses rouges - mais ils sont généralement sortis en fin de journée (années précédentes : 15% / 25% / 7%) trop peu de roses rouges.

Toutes les **autres couleurs de roses** se sont rattrapées ce jour-là : avec 264 (208 / 230 / 235 / 255 / 303), leur part a étonnamment augmenté pour atteindre 47% - c'est-à-dire : 53% de toutes les roses de ce jour sont des roses rouges.

En 2022, 855 (814 / 751 / 772 / 698 / 1'032 / 1'332) de **toutes les autres fleurs** ont été vendues (en Suisse romande, c'est à nouveau 1/3 de ce qui est vendu en Suisse alémanique !) La part des autres fleurs s'est donc maintenue à **60,4%**, ce qui représente toutefois une nette augmentation par rapport aux années 2017-2019 (56,7% / 55,4% / 53,5%).

Il ressort donc de ces 8 années que les roses représentent une part importante de cette journée, mais que cette part a légèrement diminué récemment. En 2022, elles représentaient 39,6% de toutes les fleurs vendues. En **Suisse romande**, elles étaient également nettement plus nombreuses en 2022 (**62,3%** !).

Seuls **15,5%** des magasins ont entrepris des **efforts publicitaires spéciaux**, soit nettement moins que les années précédentes (34% / 21% / 19% / 25% / 20%). Outre l'intensification de la publicité dans les médias sociaux, on a remarqué les éléments suivants : cadeaux cachés à offrir à l'amant(e), bière pour les hommes (qui font leurs achats), concours dans le journal, à partir de 50 CHF d'achats, une boisson pour trinquer avec l'amant(e).

Contrairement à l'année précédente, **l'influence de Corona sur Valentin** n'était plus que faible : 24,5% ont répondu par l'affirmative - contre 79,5% l'année précédente.

Partie 2 - Comparaison du chiffre d'affaires annuel de 2021 avec celui de 2020

Il est frappant de constater que **seuls 11% ont vendu moins en 2021** que l'année précédente - cette valeur était nettement plus élevée auparavant (années précédentes 13% / 16% / 22% / 28% ; 2016/2015 : 62% !). Il est donc évident qu'en 2021, il s'est vendu en moyenne nettement plus qu'au cours des années 2014 à 2020. Avec +16,5%, le chiffre d'affaires supplémentaire se situe dans la fourchette supérieure - ce qui laisse globalement présager une très bonne année 2021. Cela signifie également que près de **80%** des personnes interrogées **estiment que Corona aura une influence positive** sur leur chiffre d'affaires en 2020/2021 par rapport à la période précédente.

Pour ceux dont le chiffre d'affaires a diminué, la baisse de -9% se situe à nouveau dans le cadre habituel (après -22% l'année précédente = évolution des affaires très différente en raison de Corona en 2020). Un retour à la normale est donc clairement visible.

Le **montant moyen des ventes** a atteint un niveau exceptionnellement élevé de **CHF 52/achat** (années précédentes 46 / 46 / 44 / 45 / 41). La **fréquentation des clients** a encore augmenté en 2021 : **91%** ont indiqué avoir eu une fréquentation égale ou supérieure dans le magasin, cette valeur était d'environ 70-80% en 2016-2020 ; en 2014-2015, elle n'était toutefois que d'environ 35%.