



SONDAGE IFOP
Le mardi 22 octobre 2024



La Toussaint Sondage IFOP pour Florajet

32 % des Français ne fleurissent pas les tombes par choix !
- un comportement qui divise les générations -

Un sondage **IFOP** réalisé pour **Florajet** auprès de 1000 Français révèle que près d'un tiers d'entre eux (32 %) choisissent de ne pas fleurir les tombes de leurs proches, invoquant des principes personnels, des traditions en mutation, ou une indifférence à cette pratique. Ce choix, majoritairement porté par les jeunes générations, met en lumière une évolution marquée des rituels funéraires. Décryptages.

Les jeunes remettent en cause les traditions, les seniors s'y accrochent



Si 56 % des Français continuent de perpétuer cette tradition, 32 % choisissent délibérément de ne pas la suivre. Cette décision est principalement adoptée par les moins de 35 ans, qui tendent à déléguer cette tâche à un proche (35 %) ou à repenser leur manière d'honorer la mémoire des défunts. À l'inverse, les plus de 50 ans restent les principaux défenseurs de cette tradition, 43 % d'entre eux fleurissant eux-mêmes les tombes de leurs proches.

L'essor des services de fleurissement des tombes, une solution pour les jeunes générations

Face à l'évolution des modes de vie, seulement 3 % des Français ont recours à un service de fleurissement des sépultures, une solution qui séduit davantage les moins de 35 ans (6 %) ainsi que les habitants des régions parisienne et du Nord-Est (5 %). L'intérêt pour ces services tend à croître, avec 9 % des Français se disant intéressés, dont 2 % très intéressés, signalant une opportunité pour le secteur funéraire de répondre aux attentes des jeunes générations, souvent confrontées à des contraintes de temps et de distance.

Entre manque de temps et éloignement, les freins au fleurissement

L'enquête IFOP pour Florajet révèle également que 17 % des Français souhaiteraient fleurir les tombes, mais se trouvent dans l'incapacité de le faire, principalement à cause de la distance (14 %) ou du manque de temps. Un autre facteur, bien que moins cité (5 %), est d'ordre financier, reflétant les difficultés rencontrées par une partie de la population pour maintenir cette tradition.

Un choix floral et chromatique en pleine mutation

Le chrysanthème, symbole de la Toussaint, reste la fleur préférée de 45 % des Français pour orner une tombe. Toutefois, cette tendance varie fortement selon les générations. Si les seniors (51 %) privilégient toujours cette fleur, les jeunes optent pour d'autres variétés comme les pensées (27 %), les cyclamens (20 %) et les rosiers (16 %), témoignant d'un renouvellement des préférences florales.



Les jeunes générations se démarquent également par leurs choix chromatiques : les moins de 35 ans préfèrent des couleurs plus modernes comme le blanc (28 %) et l'orange (23 %), contrastant avec le violet traditionnellement préféré par les plus de 35 ans (24 %).



Contact média :



AMATE RESEAUNANCE
Séverine AMATE / 06 08 036 313
 severine@amatereseaunance.com

A propos de Florajet :

C'est en 1992 que Philippe Lefrancq, fleuriste passionné, fonde Florajet afin de moderniser la transmission florale au sein du métier.

Visionnaire et entrepreneur de talent, il simplifie la gestion des commandes pour les 12 000 fleuristes artisans français en numérisant le processus.

La simplification du processus de commande a permis à Florajet de se démarquer comme un intermédiaire de référence tant au niveau national qu'international pour l'ensemble du secteur.

Avec plus de 4500 artisans fleuristes partenaires et 600 000 bouquets commandés chaque année, Florajet est un leader des sites de vente de fleurs en ligne.

Depuis plus de 30 ans, Florajet est implanté sur 95 % du territoire français et dans 110 pays à travers le monde. La société vient d'être distinguée comme étant le "meilleur e-commerçant de la profession" pour la deuxième année consécutive.

Grâce à ses 4500 fleuristes membres garantissant un haut niveau de qualité dans la composition florale, Florajet se classe comme le deuxième site marchand le plus fréquenté en France.

La qualité du service et le soin apporté aux clients ont établi la réputation et la reconnaissance de la marque Florajet auprès de l'ensemble du secteur horticole.

Consciente des enjeux climatiques, l'entreprise Florajet, PME française, met un point d'orgue à développer en interne une politique RSE et s'attache à proposer à la vente des bouquets de saison.

Plus de 80 collaborateurs œuvrent au siège de Florajet, sous la direction de Virginie Lefrancq, fille du fondateur, nommée Directrice Générale en janvier 2024.