

Rapport

LES QUÉBÉCOIS ET LE JARDINAGE

Sondage auprès des
Québécoises et Québécois

DATE 2020-04-14 NUMÉRO DE PROJET 13449-021



LeGER



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

Marcon a mandaté la firme Léger afin de mesurer les habitudes et intentions des Québécois en matière de jardinage et d'achat de végétaux et fournitures de jardinage.

Un **sondage web** a été réalisé du **10 au 13 avril 2020** auprès de **1 006 Québécois(es)**, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, le niveau d'éducation ainsi que la présence d'enfants dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

À titre **comparatif**, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 006 répondants *serait* de **± 3,1%**, et ce, 19 fois sur 20.

NOTES POUR LA LECTURE DU RAPPORT :

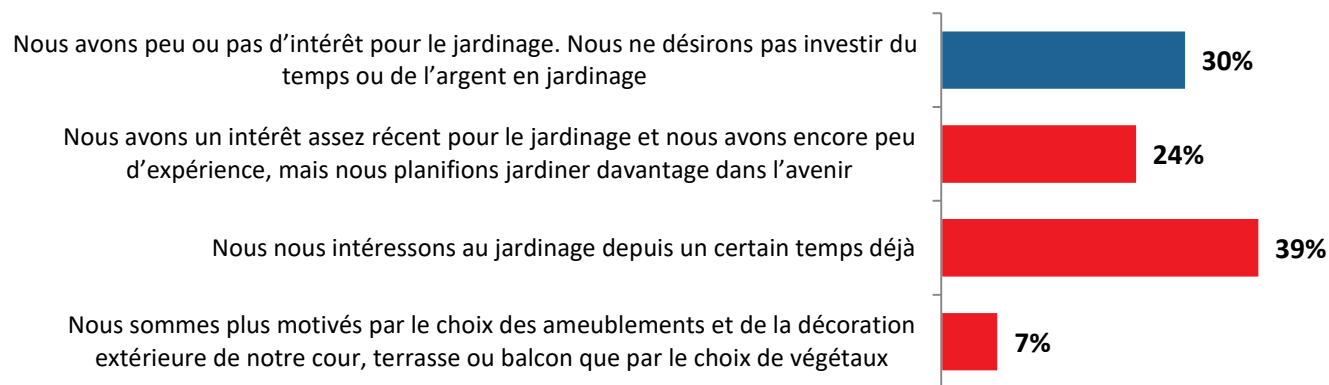
- › Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.
- › Les nombres en caractères **rouges** indiquent une différence significative statistiquement **inférieure** par rapport au complément, alors que les nombres en caractères **verts** indiquent une différence significative statistiquement **supérieure** par rapport au complément.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

PROFIL DE JARDINAGE

Alors que 30% des Québécois manifestent peu ou pas d'intérêt pour le jardinage, 24% démontrent un intérêt assez récent pour le jardinage, mais planifient jardiner davantage dans l'avenir et 39% s'intéressent au jardinage depuis un certain temps. Finalement, notons que 7% se disent plus motivés par le choix des ameublements et de la décoration extérieure de leur cour, terrasse ou balcon que par le choix de végétaux.



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	1 006	504	502	351	320	335	401	304	301	740	266
Nous avons peu ou pas d'intérêt pour le jardinage. Nous ne désirons pas investir du temps ou de l'argent en jardinage	30%	36%	24%	31%	27%	32%	30%	31%	29%	31%	24%
Nous avons un intérêt assez récent pour le jardinage et nous avons encore peu d'expérience, mais nous planifions jardiner davantage dans l'avenir	24%	20%	29%	28%	29%	19%	24%	26%	24%	25%	23%
Nous nous intéressons au jardinage depuis un certain temps déjà	39%	38%	41%	33%	38%	44%	38%	39%	41%	38%	45%
Nous sommes plus motivés par le choix des ameublements et de la décoration extérieure de notre cour, terrasse ou balcon que par le choix de végétaux	7%	6%	7%	8%	6%	6%	7%	5%	6%	6%	9%

Q1. Quelle description correspond le mieux à votre profil de consommateur de végétaux ?

Base : Tous les répondants (n=1 006)

TYPE DE RÉSIDENCE

Près de six Québécois sur dix intéressés par le jardinage (57%) vivent dans une maison unifamiliale avec accès à une cour et 37% ont accès à un balcon ou terrasse (via un appartement, condo, plex ou maison en rangée).

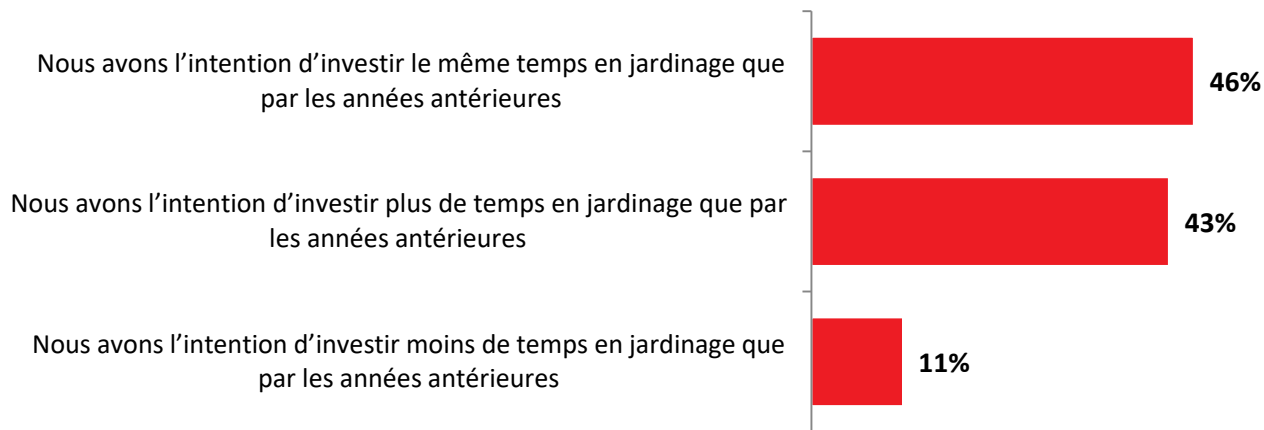
	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
Une maison seule avec accès à une cour	57%	58%	56%	49%	62%	58%	45%	60%	70%	60%	48%
TOTAL ACCÈS BALCON OU TERRASSE	37%	34%	39%	42%	33%	36%	48%	34%	24%	35%	42%
Un appartement avec balcon ou terrasse	16%	15%	17%	22%	11%	17%	19%	15%	13%	16%	17%
Un condo avec balcon ou terrasse	7%	6%	7%	8%	6%	7%	11%	6%	2%	7%	7%
Un plex (duplex, triplex) ou une maison en rangée avec accès	14%	13%	15%	13%	16%	12%	19%	13%	8%	13%	18%
Un condo ou un appartement sans balcon ou terrasse	4%	4%	5%	6%	3%	5%	5%	4%	3%	4%	7%
Un plex (duplex, triplex) ou une maison en rangée sans accès	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
Autre	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%

Q2. Habitez-vous ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

TEMPS CONSACRÉ À L'AMÉNAGEMENT EXTÉRIEUR POUR 2020

Parmi les intéressés par le jardinage, près de la moitié (46%) ont l'intention d'investir le **même temps** en jardinage que par les années antérieures et 43% envisagent y consacrer **plus de temps**. Finalement, 11% disent qu'ils passeront **moins de temps** à jardiner cette année que par les années antérieures.



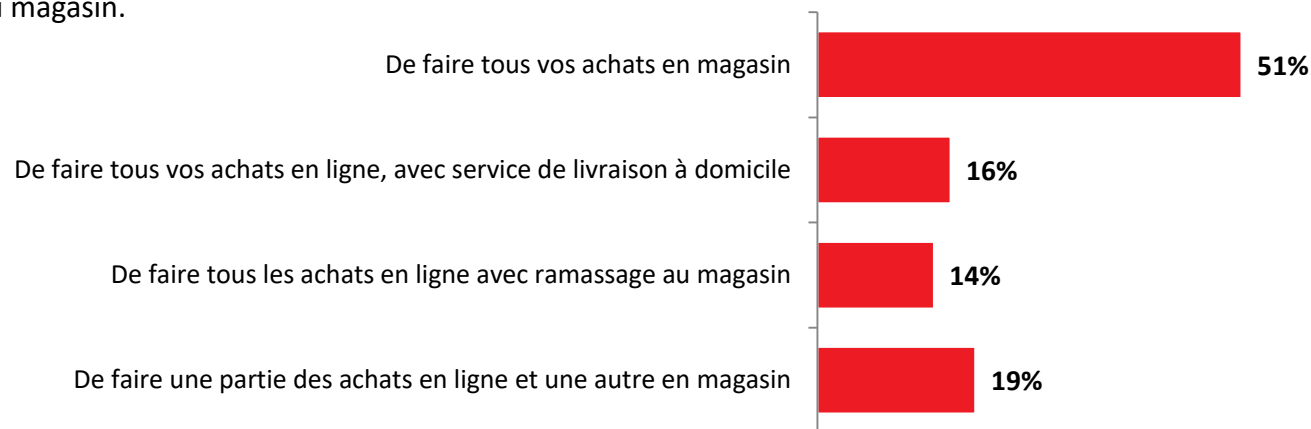
	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
Nous avons l'intention d'investir le même temps en jardinage que par les années antérieures	46%	53%	40%	38%	47%	50%	42%	56%	48%	46%	44%
Nous avons l'intention d'investir plus de temps en jardinage que par les années antérieures	43%	37%	48%	52%	47%	34%	45%	38%	42%	43%	43%
Nous avons l'intention d'investir moins de temps en jardinage que par les années antérieures	11%	10%	12%	10%	6%	16%	13%	5%	10%	10%	13%

Q3. Cette saison s'annonce différente des autres, à cause de la pandémie et du confinement que nous devons respecter. Alors, vous serez peut-être plus souvent dans votre cour ou sur votre balcon. Dans un tel contexte, laquelle des affirmations suivantes correspond le mieux à vos intentions face à votre extérieur ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

MODE D'ACHAT DE VÉGÉTAUX ET FOURNITURES DE JARDINAGE

La moitié des Québécois intéressés par le jardinage (51%) ont l'intention de faire leurs achats de végétaux et fournitures de jardinage en magasin et 19% envisagent de faire une partie des achats en ligne et une autre en magasin. 16% se disent intéressés à faire leurs achats en ligne, avec service de livraison à domicile alors que 14% pourraient faire leurs achats en ligne avec ramassage au magasin.



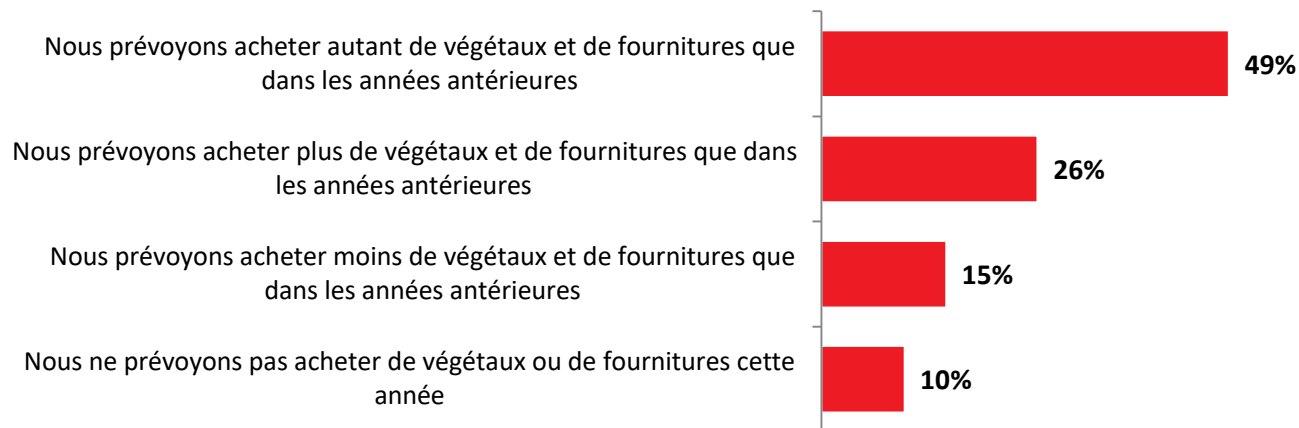
	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
De faire tous vos achats en magasin	51%	52%	50%	37%	53%	59%	52%	50%	51%	52%	50%
De faire tous vos achats en ligne, avec service de livraison à domicile	16%	16%	16%	28%	14%	10%	14%	13%	19%	15%	17%
De faire tous les achats en ligne avec ramassage au magasin	14%	13%	14%	15%	15%	12%	13%	11%	15%	15%	10%
De faire une partie des achats en ligne et une autre en magasin	19%	18%	20%	20%	18%	19%	21%	26%	15%	18%	23%

Q4. Si le gouvernement autorise les centres jardins et les autres commerces d'horticulture ornementale à ouvrir leurs portes au public, avec des règles strictes assurant la distanciation et la protection des consommateurs, quelles seraient vos intentions pour vos achats de végétaux et fournitures de jardinage cette année?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

INTENTION D'ACHAT DE VÉGÉTAUX ET FOURNITURES DE JARDINAGE

La moitié des Québécois intéressés par le jardinage (49%) prévoient acheter autant de végétaux et de fournitures que dans les années antérieures et le quart (26%) vont en acheter plus.



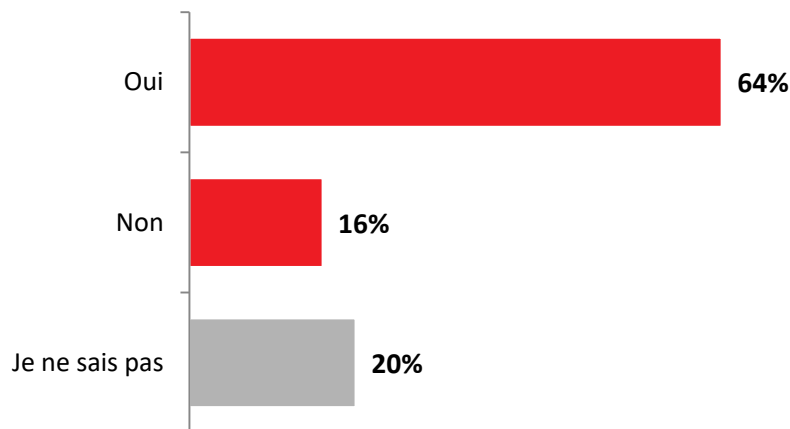
	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
Nous prévoyons acheter autant de végétaux et de fournitures que dans les années antérieures	49%	51%	47%	43%	50%	52%	44%	56%	54%	51%	43%
Nous prévoyons acheter plus de végétaux et de fournitures que dans les années antérieures	26%	24%	27%	35%	30%	17%	27%	26%	25%	26%	27%
Nous prévoyons acheter moins de végétaux et de fournitures que dans les années antérieures	15%	13%	16%	11%	13%	19%	14%	13%	16%	14%	17%
Nous ne prévoyons pas acheter de végétaux ou de fournitures cette année	10%	11%	9%	12%	7%	12%	16%	5%	5%	9%	13%

Q5. Dans ce même contexte, laquelle des affirmations suivantes correspond le plus à votre opinion ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

FAVORABILITÉ QUANT À L'OUVERTURE DES CENTRES DE JARDINAGE

Dans le contexte particulier de la pandémie cette année, une réouverture graduelle des commerces sera autorisée par le gouvernement dès que la courbe des personnes hospitalisées amorcera sa descente. En prenant les mesures nécessaires pour assurer la santé des clients, les deux tiers (64%) sont d'accord pour que les centres de jardinage fassent partie des premiers commerces à rouvrir.



	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
Oui	64%	65%	64%	58%	68%	65%	61%	73%	66%	68%	54%
Non	16%	17%	15%	21%	14%	14%	18%	10%	15%	13%	25%
Je ne sais pas	20%	18%	21%	20%	18%	21%	20%	17%	19%	19%	21%

Q6. Dans le contexte particulier de la pandémie cette année, une réouverture graduelle des commerces sera autorisée par le gouvernement dès que la courbe des personnes hospitalisées amorcera sa descente. En prenant les mesures nécessaires pour assurer la santé des clients, seriez-vous d'accord pour que les centres de jardinage fassent partie des premiers commerces à rouvrir ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

INTENTION DE CULTURE DE PLANTS DE POTAGER

Un peu plus du tiers des intéressés par le jardinage (36%) ont l'intention de cultiver autant de plants de potager que par les années antérieures et 19% en cultiveront plus. 17% n'en cultivaient pas auparavant, mais prévoient commencer à le faire cette année.

	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
On a cultivé des plans de potager avant cette année et nous prévoyons en cultiver autant en 2020	36%	38%	34%	31%	39%	36%	31%	47%	40%	38%	30%
On a cultivé des plans de potager avant cette année et nous prévoyons en cultiver plus en 2020	19%	18%	21%	19%	24%	16%	21%	18%	18%	19%	22%
On a cultivé des plans de potager avant cette année et nous prévoyons en cultiver moins en 2020	9%	10%	9%	7%	6%	14%	12%	5%	7%	9%	11%
On n'a pas cultivé des plans de potager avant cette année et nous prévoyons en cultiver en 2020	17%	17%	16%	22%	18%	12%	15%	14%	19%	18%	14%
On n'a pas cultivé des plans de potager avant cette année et nous ne prévoyons pas en cultiver en 2020	19%	17%	20%	21%	13%	22%	22%	16%	15%	17%	23%

Q7. Choisissez l'affirmation qui répond le mieux à vos intentions dans le contexte particulier de la pandémie cette année en ce qui a trait aux plants de potager (ex : légumes, fines herbes, petits fruits) ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

INTÉRÊT À L'ÉGARD DE TRAVAUX DE PAYSAGEMENT ET D'ENTRETIEN PAYSAGER

Le quart (25%) seraient intéressés par des services de paysagement et d'entretien paysager, mais le tiers (32%) n'ont pas prévu ce genre de projet cette année.

	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
TOTAL INTÉRESSÉ	25%	31%	19%	30%	26%	20%	24%	24%	26%	22%	33%
Très intéressé	9%	13%	5%	8%	7%	10%	9%	8%	9%	7%	13%
Assez intéressé	16%	19%	14%	22%	19%	10%	15%	15%	17%	15%	20%
TOTAL NON-INTÉRESSÉ	43%	44%	42%	41%	39%	47%	46%	35%	41%	44%	40%
Peu intéressé	20%	22%	18%	21%	19%	19%	22%	17%	18%	19%	21%
Pas du tout intéressé	23%	22%	24%	20%	20%	28%	24%	18%	23%	24%	19%
Je n'ai pas prévu ce genre de projet cette année	32%	25%	39%	29%	35%	33%	31%	41%	33%	34%	28%

Q8. Si les entreprises qui offrent des services de paysagement et d'entretien paysager observent des règles strictes assurant la distanciation et votre protection, seriez-vous intéressé à faire réaliser des travaux cette année sur votre propriété ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES D'ENTRETIEN DE TERRAIN

Alors que 71% n'utilisent pas ce genre de services, 16% de ceux qui utilisent habituellement des services d'entretien du terrain compte maintenir leur contrat cette année et 5% ne renouvelleront pas leur contrat.

	Total	Sexe		Âge			Région			Langue	
		Homme	Femme	18-34	35-54	55+	Mtl RMR	Qc RMR	Autre	Franco	Non-franco
n=	717	326	391	247	229	241	290	208	219	517	200
J'utilise habituellement des services d'entretien du terrain (ex : tonte, fertilisation de la pelouse) et je maintiens mon contrat cette année	16%	19%	13%	15%	19%	14%	15%	24%	15%	17%	13%
J'utilise habituellement des services d'entretien du terrain (ex : tonte, fertilisation de la pelouse, autres travaux) et je ne renouvelle pas mon contrat cette année	5%	5%	4%	10%	4%	2%	4%	8%	4%	4%	6%
Je n'ai pas utilisé ce genre de services dans le passé, mais j'ai l'intention de commencer cette année	8%	10%	6%	14%	7%	5%	6%	10%	10%	8%	7%
Je n'utilise pas ce genre de services	71%	66%	76%	61%	70%	79%	75%	57%	70%	71%	74%

Q9. Laquelle des affirmations suivantes correspond le mieux à votre situation dans le contexte particulier de la pandémie cette année ?

Base : Les répondants intéressés par le jardinage (n=717)

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS

RÉGION



Québec	
Montréal RMR	50%
Québec RMR	10%
Autre	40%
Est	8%
Centre	15%
Ouest	17%

GENRE



Homme

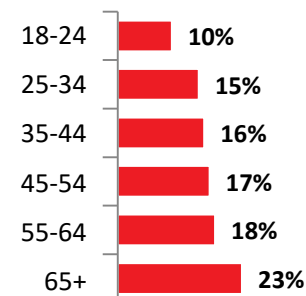
49%



Femme

51%

ÂGE



LANGUE



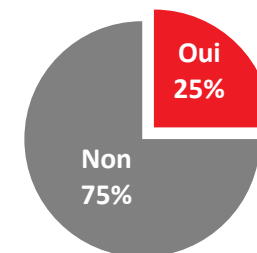
Français

77%

Anglais - Autre

23%

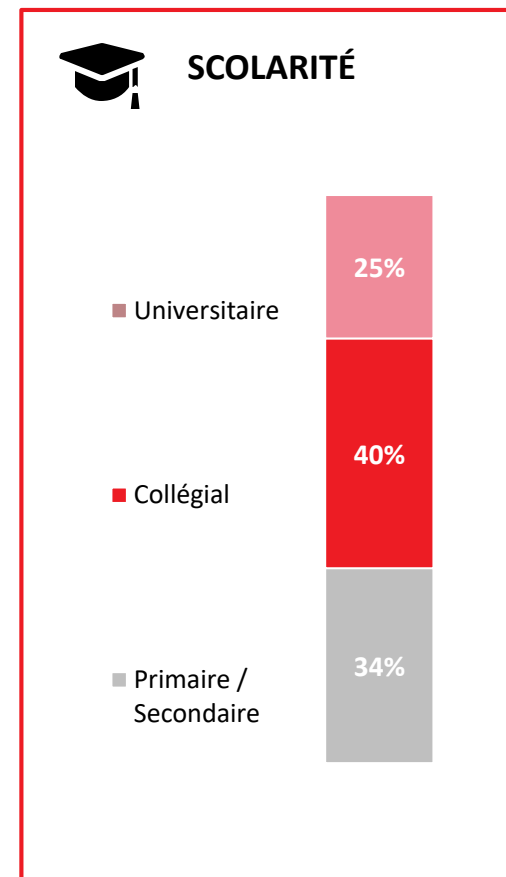
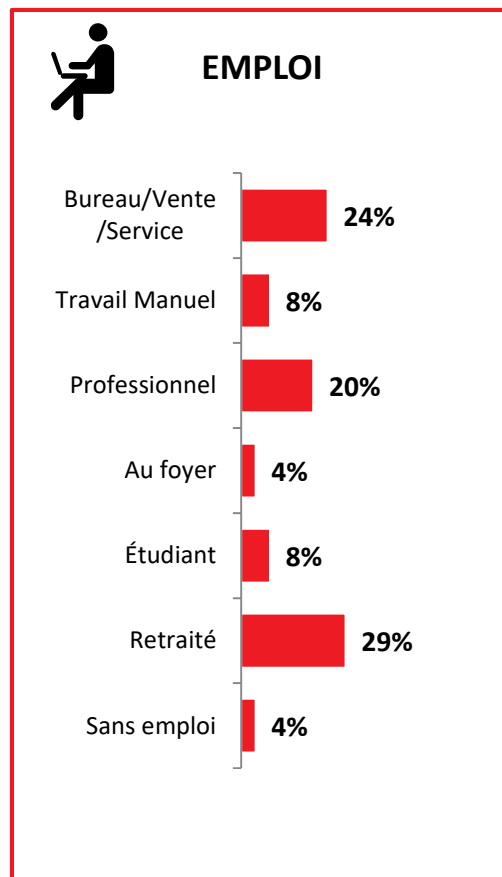
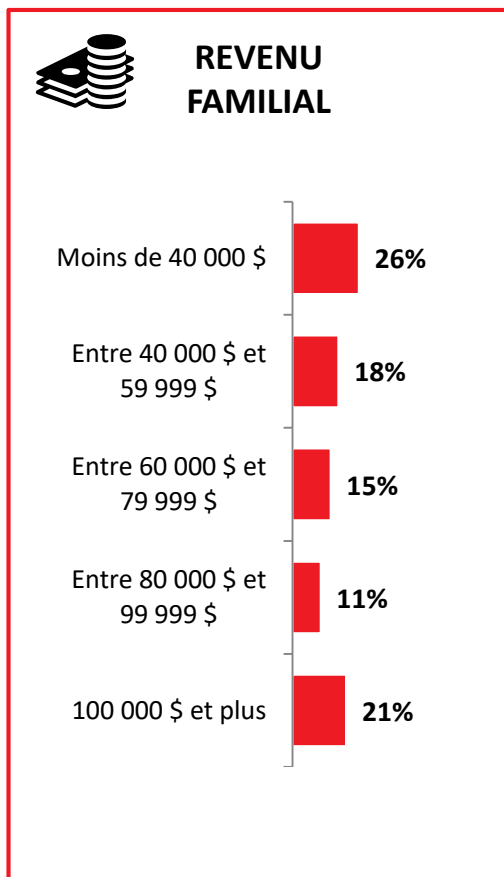
ENFANT



Base : Tous les répondants (n=1 006)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=1 006)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».



ÉQUIPE

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**
Analyse de modélisation de données
- **Legerweb**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

CALGARY | EDMONTON | MONTRÉAL | PHILADELPHIE
QUÉBEC | TORONTO | VANCOUVER | WINNIPEG


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Anne-Marie Delisle

Directrice de recherche sénior

 adelisle@leger360.com

 514-982-2464 poste 3153

Équipe projet

Anne-Marie Delisle, Directrice de recherche sénior

Stefan Rakoto, Analyste de recherche

Sylvain Gauthier, Vice-Président Communications et affaires publiques

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.

Leger

—
Comprendre le monde



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)